

**PENGARUH PELAYANAN BIRO JASA JAM'IAH ASASUL BILAD
DESA MORODEMAK BONANG DEMAK TERHADAP
KEPUASAAN KONSUMEN**

SKRIPSI

Di ajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 dalam Ekonomi Islam



Oleh :
FERLIA FAJAR MAULIDA
NIM. 112411039

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2018

H. Dr. Musahadi, M.Ag.
Jl. Permata 02 / 62 Ngaliyan Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdri. Ferlia Fajar Maulida

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Ferlia Fajar Maulida
Nim : 112411039
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : Pengaruh Pelayanan Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad
Desa Morodemak Bonang Demak Terhadap Kepuasan
Konsumen

Dengan ini kami mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 11 Juli 2018
Pembimbing I

Dr. H. Musahadi, M.Ag.
NIP. 19690709 199403 1 003

Johan Arifin, S.Ag, MM.

Perum BPI Blok D No 1 RT 02 RW 10 Purwoyoso Ngaliyan, 50184

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdri. Ferlia Fajar Maulida

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Ferlia Fajar Maulida

Nim : 112411039

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : Pengaruh Pelayanan Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad
Desa Morodemak Bonang Demak Terhadap Kepuasan
Konsumen

Dengan ini kami mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 11 Juli 2018

Pembimbing II



Johan Arifin, S.Ag, MM.

NIP. 19710908 200212 1 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Prof. Dr. Hamka Km.2 Ngaliyan Kampus III Telp/Fax : 024-7601291
Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Ferlia Fajar Maulida
NIM : 112411039
Judul : Pengaruh Pelayanan Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad Desa
Morodemak Bonang Demak Terhadap Kepuasan Konsumen

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan
predikat cumlaude / baik / cukup, pada tanggal :

23 Juli 2018

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I (SI)
tahun akademik 2018.

Penguji I,


Muchammad Fauzi, S.E., M.M.

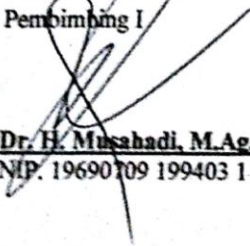
NIP. 19730217200604 1 001

Penguji III,


Dr. Ali Murtadho, M.Ag.

NIP. 19710830 199803 1 003

Pembimbing I


Dr. H. Muchadi, M.Ag.

NIP. 19690109 199403 1 003

Semarang, 23 Juli 2018

Penguji II,


H. Johan Arifin, S.Ag, MM.

NIP. 19710908 200212 1 001

Penguji IV,


H. Khoirul Anwar, M.Ag.

NIP. 19690420 199603 1 002

Pembimbing II


H. Johan Arifin, S.Ag, MM.

NIP. 19710908 200212 1 001



MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

(المائدة : ٢)

Artinya: "Hendaklah kamu bertolong menolong atas perbuatan kebajikan dan bertaqwalah, dan jangan sekali-kali kamu bertolong menolong untuk berbuat kejahatan dan bermusuhan" (QS. Al-Maidah: 2).

PERSEMBAHAN

Dalam perjuangan mengarungi samudra Ilahi tanpa batas, dengan keringat dan air mata kupersembahkan karya tulis skripsi ini teruntuk orang-orang yang selalu hadir dan berharap keindahan-Nya. Kupersembahkan bagi mereka yang tetap setia berada di ruang dan waktu kehidupan khususnya buat:

Almameterku tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Ayahandaku tercinta Nazarudin Akhtop, Ibundaku Umi Kustiatin, yang memberikan dorongan dan semangat serta do'a suci dengan setulus hati. Semoga Allah SWT selalu memberikan Rahman dan Rahim Nya, Amiin...

DEKLARASI

Penulis menyatakan dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 11 Juli 2018

Deklator



Ferlia Fajar Maulida

NIM. 112411039

TRANSLITERASI

Adalah suatu upaya penyalinan huruf abjad suatu bahasa ke dalam huruf abjad bahasa lain. Tujuan utama transliterasi adalah untuk menampilkan kata-kata asal yang seringkali tersembunyi oleh metode pelafalan bunyi atau tajwid dalam bahasa Arab. Selain itu, transliterasi juga memberikan pedoman kepada para pembaca agar terhindar dari “salah lafaz” yang bias menyebabkan kesalahan dalam memahami makna asli kata-kata tertentu.

Dalam bahasa Arab, “salah makna” akibat “salah lafaz” gampang terjadi karena semua hurufnya dapat dipandankan dengan huruf latin. Karenanya, kita memang terpaksa menggunakan “konsep rangkap” (ts, kh, dz, sy, sh, dh, th, zh, dan gh). Kesulitan ini masih ditambah lagi dengan proses pelafalan huruf-huruf itu, yang memang banyak berbeda dan adanya huruf-huruf yang harus dibaca secara panjang (mad). Jadi transliterasi yang digunakan adalah:

ء = `	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = <u>h</u>	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h

ﺩ = d	ﻍ = ‘	ﻱ = y
ﺫ = dz	ﻏ = gh	
ﺭ = r	ﻑ = f	

ABSTRAK

Banyaknya konsumen yang menggunakan biro jasa sekarang ini menimbulkan adanya persaingan-persaingan yang tidak sehat dan menghalalkan segala cara untuk menarik konsumen. Salah satunya persaingan biro jasa dalam pengurusan perpanjangan STNK, SIM, KTP, Akte dan sebagainya, semakin lebih cepat semakin tinggi juga harganya. Namun di biro jasa Jami'ah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak menggunakan jalur resmi dalam pengurusan perpanjangan STNK, SIM, KTP, Akte dan sebagainya sehingga beberapa konsumen yang terbiasa mengurus perpanjangan STNK atau SIM di biro yang lain menganggap pengurusan di biro jasa Jami'ah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak kurang cepat dan terkadang tidak buka setiap hari.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh antara pelayanan biro jasa terhadap kepuasan konsumen Jam'iah Basasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak?

Populasi penelitian ini adalah sebanyak 135 konsumen jami'ah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak. Dalam penelitian ini, penulis akan mengambil mengambil sampel sebesar 25% yaitu sejumlah 34 konsumen. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dan dokumentasi, teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi.

Hasil penelitian menunjukkan: terdapat pengaruh antara pelayanan biro jasa terhadap kepuasan konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 36.131 dengan tingkat probabilitas 0.000 lebih kecil dari signifikansi 5%, Hasil tersebut menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$. Dari hasil pengujian terbukti bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak ($f_{hitung} > f_{tabel} 0.05$) dan ditunjukkan P value 0,009 yang lebih kecil dari signifikansi 5%. variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 53%, sedang yang 47% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti).

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Ekonomi Islam

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Wasyukurillah, senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat kepada semua hamba-Nya, sehingga sampai saat ini kita masih mendapatkan ketetapan Iman dan Islam.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW pembawa rahmat bagi makhluk sekian alam, keluarga, sahabat dan para tabi'in serta kita umatnya, semoga kita senantiasa mendapat syafa'at dari beliau.

Pada penyusunan skripsi ini tentulah tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dalam ide, kritik, saran maupun dalam bentuk lainnya. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih sebagai penghargaan atau peran sertanya dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Dr. H. Ahmad Furqon, Lc. MA selaku ketua Prodi Ekonomi Islam atas segala bimbingannya.
4. Mohammad Nadzir, M.SI., selaku sekretaris Prodi Ekonomi Islam atas segala bimbingannya.
5. Dr. H. Musahadi, M.Ag., selaku pembimbing I dan Johan Arifin, S.Ag, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak

membantu, dengan meluangkan waktu dan tenaganya yang sangat berharga semata-mata demi mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.

6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis dan senantiasa mengarahkan serta memberi motivasi selama penulis melaksanakan kuliah sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Abdurrahman, Pimpinan Jam'iah Asasul Bilad Desa Moro Demak yang telah memberikan izin dan memberikan bantuan dalam penelitian.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

Semarang, Juli 2018
Penulis

Ferlia Fajar Maulida
NIM. 112411039

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN DEKLARASI.....	vii
HALAMAN TRANSLITERASI.....	viii
HALAMAN ABSTRAK.....	x
HALAMAN KATA PENGANTAR	xi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Kajian Pustaka	8
1.5 Sistematika Penulisan	10

BAB II PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN

2.1 Pelayanan.....	13
2.1.1 Pengertian Pelayanan.....	13
2.1.2 Pelayanan yang Berkualitas.....	14
2.2 Kepuasan Konsumen	29
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	29

	2.2.2 Metode Mengetahui Kepuasan Konsumen	32
	2.2.3 Cara Meningkatkan Kepuasan Konsumen	39
	2.3 Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	45
	2.4 Rumusan Mandiri.....	48
BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	49
	3.2 Populasi dan Sampel.....	50
	3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	51
	3.4 Teknik Analisis Data.....	67
	3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	67
	3.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	72
	3.4.3 Analisis Deskriptif.....	78
	3.4.4 Analisis Regresi.....	79
	3.4.5 Menguji Hipotesis.....	79
	3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Penelitian	80
BAB IV	PENGARUH PELAYANAN BIRO JASA JAM'IAH ASASUL BILAD DESA MORODEMAK BONANG DEMAK TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN	
	4.1 Karakteristik Responden.....	83

4.2 Uji Hipotesis	88
-------------------------	----

4.3 Pembahasan	91
----------------------	----

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan	95
----------------------	----

5.2 Saran-Saran	95
-----------------------	----

5.3 Penutup	96
-------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Selama ini pemasaran jasa, masih belum diperhatikan, tetapi melihat banyaknya jumlah uang yang dibelanjakan untuk membeli jasa tersebut, maka produsen jasa mulai memberikan perhatian khusus. Hal ini ditambah pula dengan tingkat persaingan yang mulai ketat di antara penghasil jasa. Apabila pendapatan seseorang meningkat ada kecenderungan untuk memperbesar pengeluaran untuk membeli jasa-jasa tersebut. Oleh sebab itu pemasaran jasa semakin menjadi sangat penting.¹

Perkembangan dan peningkatan terhadap penggunaan jasa pengurusan STNK, SIM dan lain dari tahun ke tahun telah menjadi perhatian di kalangan masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dengan merebaknya persaingan antar biro jasa perpanjangan STNK. Banyaknya biro jasa pengurusan perpanjangan STNK, SIM, KTP, Akte dan sebagainya, menjadikan persaingan yang tidak sehat dan menghalalkan segala cara untuk pengurusan lebih cepat dan memberikan harga yang tinggi karena kecepatan.

Hal tersebut tidak berlaku bagi biro jasa Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak sebagai biro jasa pengurusan STNK, SIM dan administrasi lainnya memberikan

dan pelayanan terbaik dengan kinerja yang didasarkan kepada syari'ah dengan merancang usahanya melalui bekerja dan sedekah.

Namun beberapa konsumen yang terbiasa mengurus perpanjangan STNK atau SIM di biro yang lain menganggap pengurusan di biro jasa Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak kurang cepat dalam pengurusan karena menggunakan jalur resmi dan terkadang tidak buka setiap hari. Dari masalah tersebut biro jasa Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak bekerja melalui proses pengurusan dilakukan melalui jalur resmi dan membagi sebagian pendapatan dalam kegiatan sosial dan memperlihatkan pelayanan dengan cepat, sehingga konsumen yang mempercayakan urusannya juga menjadi ikut sedekah. Konsumen juga dilayani dengan sebaik mungkin dan menerima setiap keluhan dari konsumen dengan mengedepankan kepuasan pelanggan.²

Indikator kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa biro jasa dapat diukur dengan kepuasan konsumen akan kebutuhan spesifik dan pelayanan jasa yang diberikan oleh penyedia jasa. Kotler menyatakan bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil)

¹ Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2005, h. 6

² Wawancara dengan Abdurrahman Pimpinan Jam'iah Asasul Bilad Desa Moro Demak, pada tanggal 15 Oktober 2016

terhadap harapan mereka.³ Bagi perusahaan yang berpusat pada konsumen, kepuasan konsumen merupakan tujuan dan sasaran pemasaran. Dewasa ini perusahaan harus lebih baik lagi memperhatikan tingkat kepuasan konsumennya. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan Kotler “Keputusan konsumen untuk dapat bersikap loyal atau tidak loyal merupakan akumulasi dari banyak masalah kecil dalam perusahaan. Loyalitas konsumen diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka konsumen akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan sangat puas atau senang”.⁴

Konsumen yang sangat puas akan setia pada pemberi jasa dan terus menggunakan jasa dari biro jasa tersebut. Konsumen juga tidak segan memberikan nilai positif dalam mengiklankan perusahaan tersebut kepada orang lain, bahkan tidak mempermasalahkan jika terjadi kenaikan harga atau munculnya pesaing lain. Kepuasan pembeli merupakan fungsi kinerja yang dipersepsikan produk dan harapan pembeli.

Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam sebuah bisnis untuk meraih sukses. Lebih penting lagi adalah bahwa kepuasan konsumen menjadi dasar bagi bisnis tersebut untuk tetap bertahan dan terus berkembang. Kepuasan konsumen bergantung

³ Philip Kotler Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 1 edisi kedelapan*, Jakarta: Erlangga, 2001, h. 138-139

⁴ *Ibid*, h. 139

pada salah satunya dari biro jasa tersebut dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Pada dasarnya persepsi kepuasan terhadap barang/ jasa mengacu pada pendekatan *kean dan attitudinal* yaitu beli ulang dan kesukaan terhadap jasa atau produk.⁵ Pengalaman yang bersifat emosional dan kepuasan yang mendasari sikap yang cukup tinggi terhadap penawaran seseorang, maka selain sebagai pembeli ulang juga akan memberikan pujian. Dari merujuk hal tersebut pengalaman dan emosional yang baik merupakan suatu persepsi konsumen. Persepsi yang baik dapat meningkatkan kepuasan yang mana memiliki indikator pada pembelian ulang.

Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen.⁶ Kepuasan pelanggan menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan. Sebuah riset tahun 2004 yang dilakukan oleh *J.D. Power*, perusahaan spesialis pengukur kepuasan pelanggan dalam industri otomotif, membuktikan bahwa perusahaan yang berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan dalam jangka waktu lima tahun (1999-2004) mengalami kenaikan

⁵ Basu Swastha Dharmneta, "Loyalitas Pelanggan : Sebuah Kajian Konseptual Sebagai panduan Bagi Peneliti," *Journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.14 No.3, 1990, h. 73-88

⁶ Elu, Balthasar, Manajemen Penanganan Komplain Konsumen di Industri Jasa. *Jurnal Ilmu administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi*, Vol. 13, No. 3, 2005 September.

nilai bagi pemegang sahamnya sebesar +52%. Sebaliknya, perusahaan yang mengalami penurunan nilai kepuasan pelanggan, pemegang sahamnya juga mengalami penurunan nilai sebesar -28%. Riset *Claes Fornell* juga membuktikan, di masa krisis 2008, saham perusahaan dengan Indeks Kepuasan Pelanggan Amerika (*American Customer Satisfaction Index/ACSI*) yang baik, hanya menurun -33%, sedangkan perusahaan dengan indeks yang buruk menurun -55%. Jadi, kepuasan konsumen bukan saja berharga di masa ekonomi baik, tetapi juga di saat ekonomi buruk.⁷

Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk.⁸ Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Menurut hasil riset Wharton Business School, upaya perbaikan ini akan menjadikan konsumen

⁷ Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Volume 17, Nomor 2, Mei—Agustus 2010, h. 114-126

⁸ Philip Kotler Armstrong. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 11th ed.*, Jakarta: Erlangga, 2005, h. 45

makin loyal kepada perusahaan.⁹

Beberapa penelitian menjelaskan tentang pentingnya dari perusahaan atau pelayanan dan kualitas jasa bagi kepuasan konsumen, seperti penelitian Rachmawati (2002) mengenai Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas pada nasabah PT. Bank BRI di Malang. Ade Bagus Firmansyah (2008) melakukan penelitian mengenai Analisa Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Produk Telkomsel Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada pelanggan produk telkomsel.

Penelitian juga dilakukan oleh Eka Ayu dan Muhammad Edwar mengenai Pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Travel CV. Panca Indra Abadi Wisata Sidoarjo yang menyatakan sebesar 0.403 kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PIA Wisata Sidoarjo sebesar 40.3%, sedangkan sisanya sebesar 59.7% disebabkan oleh faktor lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa travel CV. Panca Indra Abadi Wisata Sidoarjo.¹⁰

Dari latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang **Pengaruh Pelayanan Biro Jasa Jam'iah**

⁹ Lupiyoadi, R & Hamdani, A. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006, h. 36

¹⁰ Eka Ayu dan Muhammad Edwar, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Travel CV. PANCA Indra Abadi Wisata Sidoarjo*, Universitas Negeri Surabaya, 2010

Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak terhadap Kepuasan Konsumen.

1.2. Permasalahan

Berdasarkan uraian diatas, maka masalah pokok yang akan peneliti kaji dalam skripsi ini, dapat dikemukakan permasalahan nya yaitu adakah pengaruh antara pelayanan biro jasa terhadap kepuasan konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak?

1.3. Tujuan dan manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan biro jasa terhadap kepuasan konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat sebagai bahan referensi penelitian berikutnya tentang pelayanan biro jasa yang berbasis syari'ah, serta memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu ekonomi Islam.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pijakan bagi jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak dalam mengembangkan bisnisnya sehingga menjadi biro jasa yang diminati masyarakat.

1.4. Kajian Pustaka

Dalam telaah pustaka ini peneliti akan mendeskripsikan beberapa penelitian yang dilakukan terdahulu relevansinya dengan judul skripsi ini. Adapun karya-karya skripsi tersebut adalah.

1. Penelitian Sri Maulani (2013) berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Cabang Ngaliyan*. Hasil penelitian menunjukkan semua variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pengaruh positif terbesar terhadap kepuasan pelanggan Indomaret Cabang Ngaliyan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai 12,577 dengan tingkat probabilitas 0,009 lebih besar dari signifikansi 5% didapatkan $F_{\text{tabel}} = 3,99$, Hasil tersebut menunjukkan bahwa $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ dan sumbangan variabel dependen sebesar 22,2%, sedang yang 67,8% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti).

Penelitian Sri Maulani lebih mengarah pada *Kualitas Pelayanan Dan Harga* sebagai variabel independennya sedangkan penelitian yang peneliti lakukan mengarah pada biro jasa sebagai variabel independennya sehingga kajian dan fokus penelitiannya berbeda.

2. Penelitian Enggar Puspita Martha (2015) berjudul *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Salon terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Flaurent Salon Yogyakarta)*. Hasil

penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Flaurent Salon Yogyakarta, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,965 dengan signifikansi 0,000, dan koefisien regresi sebesar 0,331; dan Terdapat pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, dan suasana salon terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Flaurent Salon Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan koefisien mediasi variabel persepsi harga sebesar 0,0945 dengan signifikansi sebesar 0,0006; koefisien mediasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,0999 dengan signifikansi sebesar 0,0018; dan koefisien mediasi variabel suasana toko sebesar 0,0917 dengan signifikansi sebesar 0,0014.

Penelitian Enggar Puspita Martha memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu tentang kepuasan pelanggan pada produk jasa, namun penelitian yang peneliti lakukan lebih memfokuskan pada perusahaan yang terkait dengan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen yang tidak dikaji secara spesifik pada penelitian di atas.

3. Penelitian Eka Ayu dan Muhammad Edwar (2010) berjudul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Travel CV. Panca indra Abadi Wisata Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan Berdasarkan nilai R Square yang dihasilkan sebesar 0.403 artinya kualitas layanan

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PIA Wisata Sidoarjo sebesar 40.3%, sedangkan sisanya sebesar 59.7% disebabkan oleh faktor lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa travel CV. Panca Indra Abadi Wisata Sidoarjo.

Penelitian Eka Ayu dan Muhammad Edwar memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu tentang kepuasan konsumen pada produk jasa, namun penelitian yang peneliti lakukan lebih memfokuskan pada biro jasa secara umum sedangkan penelitian di atas mengarah khusus pada pelayanan sehingga fokus kajian berbeda.

1.5. Sistematika Penulisan skripsi

Untuk mempermudah pemahaman dan agar pembaca skripsi segera mengetahui pokok-pokok pembahasan skripsi, maka penulis akan mendeskripsikan ke dalam bentuk kerangka skripsi. Sistematika penulisan ini terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian muka, bagian isi dan bagian akhir.

1. Bagian Muka

Bagian muka terdiri dari: halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman deklarasi, halaman abstrak, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, dan daftar tabel.

2. Bagian Isi/Batang Tubuh Karangan

Bab Pertama merupakan yang terdiri dari pendahuluan, meliputi latar belakang masalah, perumusan permasalahan, Tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab Kedua berisi tinjauan pustaka yang terdiri dari kerangka teori dan hipotesis. Kerangka teori terdiri dari tiga sub bab yaitu sub bab pertama tentang pelayanan meliputi pengertian pelayanan, faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan dan pelayanan yang berkualitas, sub bab kedua tentang kepuasan konsumen meliputi pengertian kepuasan konsumen, metode mengetahui kepuasan konsumen dan cara meningkatkan kepuasan konsumen, sub bab ketiga kerangka berfikir.

Bab Ketiga berisi tentang metode penelitian meliputi jenis dan sumber data, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data variabel penelitian, variabel dan pengukuran dan teknik analisa data.

Bab Keempat Berisi analisis data dan pembahasan yang meliputi penyajian data dan analisis data dan interpretasi data.

Bab Kelima berisi penutup yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran-Saran.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini terdiri daftar pustaka, lampiran-lampiran, daftar riwayat pendidikan peneliti

BAB II

PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN

2.1. Pelayanan

2.1.1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang).¹¹

Jadi pelayanan adalah aktivitas yang dilakukan oleh seseorang baik itu perbuatan atau ucapan untuk memenuhi kebutuhan orang lain, dalam hal ini pemenuhan kebutuhan konsumen dengan baik.

Ruang lingkup dari pelayanan terhadap pelanggan seperti yang dijabarkan V.A. Zeithaml, M.J. Bitner, and D.D. Gremler dalam Lupiyoadi, adalah:¹²

1. Pengetahuan tentang produk dan ketrampilan interpersonal dari karyawan yang langsung berhadapan dengan pelanggan.

¹¹ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2008, h. 646

¹² R Lupiyoadi, & A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006, h. 15

2. Tipe pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan dan persepsi mereka atas bagaimana sebuah perusahaan dapat memenuhi harapan mereka terhadap kualitas.
3. Struktur organisasi dari perusahaan yang bersangkutan yang menentukan efisiensi pelayanan yang diberikan mulai saat produk dibeli sampai pada tahap evaluasi pasca pembelian produk.

2.1.2. Pelayanan yang Berkualitas

Kualitas pelayanan menurut Umar adalah perasaan yang terbentuk dalam jangka panjang, keseluruhan hasil evaluasi dari suatu kepuasan konsumen. Kualitas, dalam organisasi jasa tertentu bukanlah suatu yang mudah didefinisikan, karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen. Secara umum dikatakan bahwa kualitas adalah karakteristik produk / jasa, yang ditentukan oleh pemakai dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan.¹³

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi¹⁴

¹³ Umar Husen, "*Metode Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*", Jakarta: Gramedia, 2001, h. 53

¹⁴ Lupiyoadi, R & Hamdani, A., *op.cit*, h. 15

merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dari kualitas perusahaan. Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dengan harapan pelanggan yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan.¹⁵ Pelanggan terlibat dalam suatu proses jasa, maka konsumen yang menentukan kualitas jasa yang mereka konsumsi. Yang dimaksud atribut kualitas layanan di dalam penelitian ini sendiri adalah faktor-faktor yang menyebabkan konsumen menilai kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa travel apakah sudah memenuhi harapan mereka.¹⁶

Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.¹⁷

¹⁵ Fandy Tjiptono, dkk, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008, h. 45

¹⁶ R. Lupiyoadi, & A. Hamdani, *op.cit*, h. 16

¹⁷ *Ibid*, h. 6

Kualitas pelayanan yang ada di dalam dunia ekonomi seperti biro jasa jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak harus memiliki mutu pelayanan yang baik dan berkualitas, maka harus bisa memperhatikan kepentingan dan keinginan pelanggan. Sebagaimana dalam dimensi SERVQUAL mutu pelayanan yang berkualitas meliputi berbagai macam, diantaranya ialah:

1. *Tangibles: Physical facilities, equipment and appearance of personnel.*
2. *Reliability: Ability to perform the promised service dependably and accurately.*
3. *Responsiveness: Willingness to help customers and provide prompt service.*
4. *Assurance: Knowledge and courtesy of employees and their ability to inspire trust and confidence.*
5. *Empathy: Caring, individualized attention the firm provides its Customers.*¹⁸

Artinya:

1. Bukti fisik yaitu fasilitas fisik, peralatan dan penampilan personal.
2. Kehandalan yaitu kemampuan untuk melakukan servis menjanjikan secara terpercaya dan akurat.

¹⁸ A. Parasuraman, dkk., *Servqual: Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Retailing*, 1988, h. 23

3. Tanggap yaitu keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan perbaikan secara cepat.
4. Jaminan yaitu ilmu pengetahuan dan kesopanan para pekerja dan kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan kenyamanan.
5. Empati yaitu menjaga, memperhatikan individual perusahaan untuk pelanggan.

Dari lima dimensi tersebut diatas dapat dimengerti antara lain sebagai berikut:

1. Bukti Fisik

Bukti fisik yang dimaksud di sini yaitu berkenaan dengan fasilitas fisik, peralatan dan penampilan dari para pimpinan staf dan karyawan. Penampilan, kemampuan karyawan, sarana dan prasarana biro jasa jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak merupakan bukti nyata dari pelayanan kepada masyarakat pengguna jasa.

Fasilitas fisik biro jasa jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak juga menunjukkan kemampuan biro jasa jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak dalam memberikan bukti fisik.

2. Kehandalan

Kehandalan merupakan perihal sesuatu yang bersifat atau andal atau bisa disebut ketelitian dan

ketepatan teknik pengukuran.¹⁹ Keandalan menurut Tjiptono, sebagaimana yang dikutip oleh Julita, yaitu melibatkan faktor konsistensi dari kinerja dan kemampuan untuk dapat dipercaya, yang berarti lembaga pendidikan harus mampu memberikan pelayanan tepat waktu dan mewujudkan janjinya kepada pelanggan dengan akurat dan memuaskan.²⁰

Dari kedua pernyataan tersebut diatas dapat dimengerti bahwa keandalan mencerminkan bagaimana lembaga pendidikan mempunyai tanggung jawab, kedisiplinan dan ketepatan waktu dalam bekerja.

3. Daya Tanggap

Daya merupakan kesanggupan atau kemampuan untuk berbuat sesuatu.²¹ Sedangkan tanggap ialah peka perasaan sehingga segera mengetahui keadaan dan memperhatikan dengan sungguh-sungguh, cepat dapat mengetahui dan menyadari gejala yang timbul.²² Jadi daya tanggap dalam pembahasan ini ialah keinginan untuk membantu para pengguna jasa dan memberikan

¹⁹ Hasan Alwi, *op.cit.*, h. 943

²⁰ Julita, <http://www.manbisnis.tipod.com>. di akses pada tanggal 8 Oktober 2017

²¹ Julita, <http://www.manbisnis.tipod.com>. di akses pada tanggal 8 Oktober 2017, h. 249

²² *Ibid.*, h. 793

pelayanan yang cepat dan tanggap tanpa harus menunggu waktu.

4. Jaminan

Jaminan, merupakan kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan kepada pelanggan, antara lain meliputi komunikasi, keamanan, dan kompetensi menjadi faktor yang penting yang harus ditujukan kepada konsumen. Perlunya diketahui, jika konsumen merasa tidak mendapatkan jaminan dari lembaga tersebut tentu akan kecewa atas pengorbanannya yang telah banyak mereka keluarkan.

5. Empati

Empati merupakan kondisi mental yang membuat seseorang merasa dirinya dalam perasaan yang sama dengan orang lain.²³ Kepedulian memberikan perhatian yang tulus secara individual oleh biro jasa kepada pelanggan menjadi faktor-faktor yang diukur dalam empati. Oleh karena itu karyawan Indomart diharapkan mampu memahami kebutuhan pelanggan dengan baik agar mereka merasa diperhatikan. Dengan demikian dapat dimengerti semakin tinggi empati biro jasa jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak kepada konsumen tentunya akan lebih mengerti apa saja yang

²³ *Ibid.*, h. 185

dibutuhkannya.

Menurut Parasuraman, pelayanan pelanggan yang berkualitas dapat dilihat dari:²⁴

1. Reliabilitas, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

Pengukurannya meliputi:

- a. Pernyataan tentang penilaian yang modern dan memadai
 - b. Pernyataan mengenai fasilitas fisik yang bagus, bersih, dan memadai
 - c. Pernyataan tentang fasilitas fisik yang menunjang kegiatan bisnis
 - d. Pernyataan tentang karyawan yang rapi dan sopan
2. Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

Pengukurannya meliputi:

- a. Pernyataan tentang pelayanan kepada konsumen secara individual

²⁴ Valarie A. Z. Parasuraman and Berry. *Op.Cit*, h. 26

- b. Pernyataan tentang perhatian karyawan secara pribadi kepada konsumen
 - c. Pernyataan tentang penyediaan karyawan yang dapat bertindak sebagai penasehat pribadi
 - d. Pernyataan tentang pemahaman kebutuhan konsumen
 - e. Pernyataan tentang mengutamakan kepentingan konsumen
3. Jaminan, yakni para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Pengukurannya meliputi:
- a. Pernyataan tentang ketepatan jasa yang diberikan
 - b. Pernyataan tentang ketepatan waktu pelayanan
 - c. Pernyataan tentang kesungguhan dalam melayani konsumen
 - d. Pernyataan tentang dapat dipercaya atau tidaknya dalam melayani konsumen.
4. Empati, berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal

kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Pengukurannya meliputi:

- a. Pernyataan mengenai kecepatan pelayanan
 - b. Pernyataan tentang ketepatan pelayanan
 - c. Pernyataan tentang sikap untuk membantu konsumen
 - d. Pernyataan tentang penyediaan waktu untuk melayani konsumen
5. Bukti fisik, berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Pengukurannya meliputi:

- a. Pernyataan tentang pengetahuan yang dimiliki karyawan
- b. Pernyataan tentang perasaan nyaman konsumen jika berhubungan dengan karyawan
- c. Pernyataan tentang sikap sopan karyawan terhadap konsumen
- d. Pernyataan tentang kualitas pekerjaan karyawan.²⁵

Berdasarkan kelima dimensi kualitas layanan tersebut, maka kepuasan pelanggan dapat diukur, dipahami dan dijadikan sebagai suatu hasil yang baik untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan jasa yang

²⁵ Valarie A. Z. Parasuraman and Berry. *Op.Cit*, h. 26

diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan yang baru pertama kali maupun pelanggan yang sudah berulang-ulang menggunakan jasa tersebut.

Konsep Islam tentang perdagangan memberikan beberapa syarat diantaranya barang yang diperperdagangkanpun harus diperhatikan seperti suci (barang yang najis tidak sah untuk diperperdagangkan), ada manfaatnya (dilarang menjualbelikan sesuatu yang tidak ada manfaatnya), keadaan barang itu dapat diserahkan, keadaan barang itu adalah milik penjual dan menguasai barang itu, barang itu diketahui si penjual dan pembeli dengan terang zatnya, bentuk, kadar, dan sifatnya, dengan demikian tidak akan terjadi tipu daya, sebab perdagangan yang mengandung tipu daya dilarang oleh Islam.²⁶ Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ﴿٢٧٥﴾

Artinya: *Allah telah menghalalkan perdagangan dan mengharamkan riba. (QS. Al-Baqarah: 275).*²⁷

Nabi Bersabda

²⁶ Nadzar Bakry, *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1994, h. 59

²⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Semarang: CV. Toha Putra, 2008, h. 69

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ
الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

(رواه البزار) ٢٨

Artinya: *Rifa'ah bin Rafi', sesungguhnya Nabi SAW. ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik. Nabi SAW menjawab: seseorang bekerja dengan tangannya dan setiap jual-beli yang mabrur. (HR. Bazzar).*

Maksud mabrur dalam hadis di atas adalah jual-beli yang terhindar dari usaha tipu-menipu dan merugikan orang lain,

وَأَخْرَجَ ابْنُ حِبَّانَ وَابْنُ مَاجَهَ عَنْهُ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه البيهقي وابن ماجه) ٢٩

Artinya: *Dan dikeluarkan dari Ibnu Hibban dan Ibnu Majah bahwa Nabi SAW, sesungguhnya jual-beli harus dipastikan harus saling meridai." (HR. Baihaqi dan Ibnu Majjah).*

Beberapa perdagangan yang tidak diizinkan oleh agama disini akan penulis uraikan beberapa cara saja sebagai cermin perbandingan kepada orang lainnya, yang menjadi pokok sebab timbulnya larangan. Adapun sebab-sebab terlarang antara lain:

²⁸ Muhammad bin Ismail al-Kahlani as-San'ani, *Subul as-Salam*, Kairo: Syirkah Maktabah Mustafa al-Babi al-Halabi, t.th., h. 4.

²⁹ *Ibid.*,

1. Menyulitkan si pembeli atau penjual atau orang lain, seperti:
 - a. Membeli atau menjual benda di pasar bukan untuk dipakai tetapi agar orang lain merasa kesulitan.
 - b. Menimbun barang guna memperoleh harga yang lebih mahal dikemudian hari, sedang masyarakat sangat membutuhkannya.
2. Membeli barang yang sudah dibeli orang lain yang masih dalam masa khiyar.
3. Merusak ketenteraman umum, menjual suatu barang yang berguna untuk menjadi alat maksiat kepada yang membelinya.³⁰ Contoh: pistol, mesiu, whisky dan lain-lain, firman Allah Qur'an surat Al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
(المائدة : ٢)

Artinya: *"Hendaklah kamu bertolong menolong atas perbuatan kebijakan dan bertaqwalah, dan jangan sekali-kali kamu bertolong menolong untuk berbuat kejahatan dan bermusuhan"* (QS. Al-Maidah: 2).³¹

4. Membeli barang yang ditahan dan dapat dijual dengan harga yang lebih mahal, sedang masyarakat umum

³⁰ Nazar Bakry, *Op.Cit*, h. 62

berhadjad kepada barang tersebut, sebab dilarang mengganggu ketenteraman umum.

5. Perdagangan mengicuh, ada unsur penipuan baik dari pembeli ataupun dari pihak penjual, baik bersangkutan pada barang maupun ukurannya yang tidak sesuai serta kualitasnya.³²

Perdagangan yang diterangkan di atas pandang haram hukumnya, karena kaidah ulama fiqhi larangan dalam urusan mu'amalat apabila larangan itu karena diluar dari urusan muamalah larangan itu tidak menghalangi sahnya "aqad".³³

Syari'at Islam membicarakan tentang manfaat dan hikmah yang besar dalam hubungan antara sesama umat manusia. Apabila ketentuan-ketentuan yang mengatur perdagangan dipatuhi baik oleh pembeli maupun penjual akan dapat menimbulkan dampak positif bagi kedua belah pihak, antara lain:

1. Masing-masing pihak merasa puas, dengan adanya kesepakatan dan kepuasan diantara penjual dan pembeli, memiliki suatu nilai dan dikemudian hari tidak akan adanya sesuatu yang tidak diinginkan oleh kedua belah pihak.

³¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, *Op.Cit*, h. 85

³² Nazar Bakry, *Loc.Cit*

³³ *Ibid.*, h. 63

2. Penjual dan pembeli yang berlapang dada ketika mengadakan tawar menawar akan mendapat rahmat Allah, dan dilihat dari berbagai pembahasan, ada teori dari sementara ahli jiwa mengatakan bahwa keinginan marah itu harus diperturutkan sebagai penyaluran dari suatu dorongan alami yang kalau dibanding akan merusak jiwa.
3. Dengan adanya perdagangan akan menjauhkan orang dari memakan dan memiliki harta dengan cara bathil (tidak benar).
4. Manfaat perdagangan untuk nafkah keluarga

Keuntungan dan laba bisnis dari seseorang muslim dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya dalam memenuhi nafkah keluarga. Memberi nafkah kepada keluarga dengan ikhlas termasuk shadaqah. Untuk melaksanakan kewajiban memberi nafkah kepada keluarga, sandang dan papan, ialah dengan jalan usaha mencari rizqi antara lain melalui perdagangan.³⁴

Perdagangan atau pemasaran yang akan mendatangkan kegunaan yang lebih besar bagi kedua belah pihak yang terlibat adalah perdagangan yang dilakukan berdasarkan suka sama suka. Sistem yang bagaimana yang menjamin bahwa suatu perdagangan yang terjadi senantiasa berlandaskan suka sama suka? Apakah mungkin

suatu transaksi perdagangan dilakukan karena keterpaksaan, karena kebutuhan yang mendesak, atau karena tidak ada pembeli yang lain.³⁵

Ajakan islam mencakup dua dimensi pokok, yakni dimensi vertikal (*hablumminallah*) dan dimensi horizontal (*hablumminannas*). Keduanya mempunyai arti ibadah, yakni ketaatan seseorang hamba kepada Allah swt. Kualitas tertinggi dari ketaatan yang bersifat vertikal adalah takwa, sementara kualitas tertinggi dari ketaatan yang bersifat horizontal adalah berlaku adil. Kejujuran merupakan salah satu tangga untuk mencapai tingkat adil yang dimaksud. Dimensi vertikal dalam ajaran islam bersifat *mahdhah*, yakni ibadah yang telah ditentukan cara pelaksanaannya dan tidak bisa direkayasa, sementara dimensi horizontal bersifat *ghairu mahdhah*, menyeluruh dan *mujmal*, yang meliputi segala aspek kehidupan, yang masih harus dipahami dan ditafsirkan.³⁶

Biro jasa jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak dalam penelitian ini lebih terkait dengan memberikan pelayanan pada konsumen. Menurut Tunggal pelayanan adalah segala hal pengeluaran industri yang dikeluarkan industri yang mendukung operasi suatu

³⁴ Departemen Agama RI, *Fiqh*, Jakarta: Direktorat Jenderal Pembinaan Agama, 2000, h. 18-19

³⁵ *Ibid*, h. 6-7

³⁶ *Ibid*., h. 7-8

perusahaan kegiatan tidak berwujud *intangible* yang secara terpisah bisa diidentifikasi berfungsi memuaskan keinginan serta tidak terikat kepada penjualan suatu produk atau jasa lain.

2.2. Kepuasan Konsumen

2.2.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah penilaian dari seseorang yaitu bagaimana jasa tersebut secara keseluruhan memuaskan kebutuhannya, dan dapat pula diartikan suatu cara pandang seseorang baik yang bersifat positif maupun negatif tentang jasa yang diberikan orang lain.³⁷

Secara definitif dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen Basu Swasta, adalah: “Suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan”. Dalam hal ini kita perlu mengetahui bahwa suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum memenuhi motif. Sumber yang mendorong terciptanya suatu keinginan dapat berbeda dari diri orang itu sendiri atau berada pada lingkungannya.³⁸

Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan didalam diri para konsumen terhadap apa yang telah diperoleh dan dirasakan ketika konsumen menerima pelayanan. Adapun kepuasan konsumen dapat diukur

³⁷ Panji Anoraga, *Psikologi Kerja*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006, h. 79

³⁸ Swastha Basu, dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2004, h. 23

dengan kualitas produk, harga produk, emosional pelanggan, Kemudahan mendapatkan produk dan Kebutuhan dan keinginan.

Kepuasan menurut Kotler merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapannya. Konsumen ingin membeli suatu produk dengan harapan akan memberikan manfaat pada saat digunakan yang dibagi atas tiga kategori yaitu kinerja atau manfaat produk yang telah dibeli dan dipakainya, diperbandingkan dengan harapan, dan hasil penilaiannya, yang dibagi atas tiga kategori yaitu:³⁹

1. Diskonfirmasi positif

Dimana kinerja melebihi harapan yang menghasilkan respon kepuasan yang tinggi dan akan kembali untuk membeli lagi.

2. Diskonfirmasi sederhana

Dimana kinerja sesuai dengan harapan yang menyiratkan suatu respon netral dan mempengaruhi keinginan untuk membeli lagi.

³⁹ Philip Armstrong Kotler, *Manajemen Pemasaran: Marketing Management 9e Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol*, Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi, 1997, h. 36

3. Diskonfirmasi negatif

Dimana kinerja lebih rendah dari harapan sehingga tidak ada keinginan kembali untuk membeli lagi.

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja tidak memenuhi harapan maka pelanggan akan merasa kecewa, bila kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang akan dijadikan standar acuan untuk menilai kinerja produk tersebut. Harapan pelanggan dibentuk melalui pengalaman pada masa lampau, informasi dari kenalan dan iklan. Pelanggan yang sangat puas akan loyal terhadap produk yang dipakainya (loyal) membeli lebih banyak, merekomendasikan produk kepada kerabat dan teman-temannya, kurang peka terhadap harga dan memberi ide-ide tentang pelayanan yang lebih baik.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi

harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Dari beberapa pengertian kepuasan tersebut, maka penulis menyimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang sebagai hasil perbandingan antara biaya yang dikeluarkan dengan suatu produk atau jasa yang didapatkan.

2.2.2. Metode Mengetahui Kepuasan Konsumen

Banyak perusahaan berfokus pada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang hanya merasa puas mudah untuk berubah pikiran bila mendapatkan tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap merk, bukan prefensi nasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.⁴⁰

Bagaimana para pembeli membentuk harapan mereka? Harapan mereka dipengaruhi oleh pengalaman pembelian mereka sebelumnya, nasehat teman dan kolega, serta janji dan informasi pemasaran dan para persaingan. Jika para pemasar meningkatkan harapan terlalu tinggi. Para pembeli kemungkinan besar akan kecewa. Sebagai contoh./ Holiday Inn mengeluarkan iklan “tanpa kejutan”

⁴⁰ Philip Armstrong Kotler, *Manajemen Pemasaran: Marketing Management 9e analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi, 1997, h. 36

beberapa tahun lalu. Tetapi para tamu hotel tetap menemukan banyak masalah dan Holiday Inn terpaksa menaik iklan tersebut. Sebaliknya, jika perusahaan menetapkan harapan terlalu rendah, maka para pembeli tak akan tertarik walaupun akan memuaskan mereka yang membeli).

Beberapa perusahaan yang paling berhasil di masa kini sedang meningkatkan harapan dan memberikan kinerja yang memenuhinya. Perusahaan-perusahaan ini menuju pada TCS – *total customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan total). Xerox, sebagai contoh, menjamin “kepuasan total” dan akan mengganti setiap peralatan pelanggan yang tidak puas selama periode tiga tahun setelah pembelian. Cigna mengiklankan “kami tidak akan puas 100% sampai anda 100% puas” dan salah satu iklan Honda berkata: “satu sebab mengapa pelanggan kami puas adalah karena kami tidak puas”, Nissan mengundang pembeli potensial infinitive untuk melakukan “guest driver” bukan “test driver” karena istilah orang Jepang bagi pelanggan adalah “tamu kehormatan”.⁴¹

Berkaitan dengan kepuasan pelanggan, pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan menjadi hal yang sangat perlu sekali bagi Indomart untuk terus diperhatikan. Hasil pemantauan itu dapat memberikan

⁴¹ Philip Armstrong Kotler, *Manajemen Pemasaran*, h. 36

umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan pelaksanaan strategi peningkatan kepuasan terhadap konsumen.

Kepuasan konsumen atau pelanggan biro jasa dapat di ukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Menurut Kotler ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya:

1. Menerima Keluhan dan Saran
2. Analisis Kehilangan Pelanggan
3. Survei Kepuasan Pelanggan.⁴²

Dari beberapa metode tersebut dapat dimengerti antara lain sebagai berikut:

1. Menerima Keluhan dan Saran

Biro jasa yang telah memiliki banyak pelanggan selayaknyalah memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggan untuk menyampaikan saran atau berupa keluhan yang dirasakannya. Misalnya dengan menyediakan kotak saran, email, angket dan sebagainya. Dengan cara yang demikian ini orang tua siswa diharapkan dapat berpartisipasi memberikan ide-ide cemerlang sehingga lembaga pendidikan bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang ada.

⁴² *Ibid.*, h. 38-41

2. Analisis Kehilangan Pelanggan

Perusahaan-perusahaan masa kini harus lebih memperhatikan tingkat peralihan pelanggannya (*customer defection rate*), yaitu tingkat kehilangan pelanggan mereka dan mengambil langkah – langkah untuk menguranginya. Terdapat empat langkah dalam proses ini.

Pertama. Perusahaan harus mendefinisikan dan mengukur tingkat ketahanan (*retention rate*) yang dapat dikelola dengan baik. Tidak banyak hal yang dapat dilakukan bila pelanggan pergi meninggalkan daerah atau keluar dari usahanya. Tetapi banyak yang dapat dilakukan dari para pelanggan yang meninggalkan perusahaan karena pelayanan yang buruk, produk buruk, harga tinggi dan sebagainya. Perusahaan perlu memeriksa persentase pelanggan yang beralih karena berbagai alasan.

Ketiga, perusahaan perlu memperkirakan berapa laba yang hilang saat kehilangan pelanggan. Dalam kasus pelanggan tertentu, laba yang hilang sama dengan nilai seumur hidup pelanggan tersebut yaitu, nilai sekarang dari arus laba yang mungkin dapat direalisasikan perusahaan dari pelanggan tersebut jika tidak beralih sebelum waktunya.⁴³

⁴³ *Ibid.*, h. 41

3. Survei Kepuasan Pelanggan

Penelitian atau survei tentang kepuasan pengguna jasa pendidikan perlu dilakukan untuk mengetahui bagaimana reaksi atau tanggapan langsung dari mereka terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh lembaga pendidikan. Umumnya penelitian mengenai kepuasan pengguna jasa atas pelayanan yang diterimanya dilakukan dengan penelitian survei, melalui angket, telepon, maupun wawancara langsung. Metode yang digunakan untuk penelitian kepuasan pelanggan tersebut dapat melalui berbagai cara antara lain ialah:

- a. Pengukuran secara langsung dengan pertanyaan-pertanyaan yang didalamnya telah disediakan pilihan jawaban misalnya angket dengan opsi jawaban seperti sangat memuaskan, cukup memuaskan, kurang memuaskan dan tidak memuaskan.
- b. Memberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
- c. Meminta responden untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka temui dengan penawaran

dari biro jasa dan untuk menuliskan saran-saran perbaikan yang mereka anggap penting.

- d. Memberi kesempatan kepada responden untuk meranking berbagai pelayanan berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja dalam masing-masing elemen.

Dengan cara menurut teori yang telah disebutkan diatas, maka ukuran kepuasan pelanggan dapat diketahui ukuran tinggi rendahnya.⁴⁴

Ada beberapa alasan dari Richard F Gerson mengapa pengukuran kepuasan pelanggan sangat penting bagi penyedia jasa:⁴⁵

1. Untuk menentukan harapan pelanggan

Mengukur kepuasan pelanggan tidak hanya untuk menentukan bagaimana pelanggan menikmati produk yang mereka gunakan dan pelayanan yang mereka terima, tetapi juga harus mengidentifikasi apa yang diharapkan pelanggan dari proses penjualan dan pelayanan yang diberikan.

2. Untuk menutup kesenjangan antara penyedia jasa dengan pelanggan dalam penyampaian jasa yang dapat mempengaruhi penilaian pelanggan atas kualitas jasa.

⁴⁴ *Ibid.*, h. 41

⁴⁵ F Richard Gerson, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PPM, 2001,

3. Untuk memeriksa apakah peningkatan kualitas pelayanan sesuai dengan harapannya atau tidak Salah satu cara utama yang membedakan apakah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten.

Kualitas jasa (*service quality*) dapat diketahui melalui interaksi penyedia dan pengguna jasa selama dan sesudah transaksi berlangsung. Mengukur dan mendefinisikan kualitas jasa lebih sulit dibandingkan kualitas suatu barang karena sifat dari jasa yang tidak berwujud (*intangible*). Dalam pemasaran, kualitas jasa sangat penting karena konsumen tidak akan membeli produk itu lagi apabila konsumen sampai berpendapat bahwa kualitas yang diberikan tidak baik. Dengan memberikan kualitas jasa yang baik akan memberikan kepuasan dan akan terciptanya loyalitas kepada pelanggan.

Ada lima kesenjangan yang dapat menyebabkan kegagalan dan penyampaian jasa dan mempengaruhi penilaian konsumen atas kualitas jasa:⁴⁶

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dengan pandangan penyedia jasa.

Penyedia jasa tidak tanggap atau salah menafsirkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.

⁴⁶ Philip Armstrong Kotler, *op.cit.*, h. 92

2. Kesenjangan antara pandangan penyedia jasa dan spesifikasi kualitas jasa

Penyedia jasa mungkin memahami secara tepat keinginan konsumen tetapi tidak dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar keinginan konsumen.

3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa

Personel kurang mampu atau tidak ada keinginan untuk mengikuti standar yang ada.

4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal

Janji-janji yang diberikan dalam iklan tidak sesuai dengan kenyataan yang diharapkan konsumen.

5. Kesenjangan antara jasa yang diterima dengan jasa yang diharapkan konsumen

Konsumen salah tanggap atau keliru terhadap jasa yang diberikan.

2.2.3. Cara Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Walaupun perusahaan yang berfokus pada pelanggan berusaha mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi sasaran utamanya bukanlah untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan pertama, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hasilnya

mungkin adalah laba yang lebih rendah. Kedua, perusahaan mungkin mampu meningkatkan profitabilitasnya dengan cara selain dari meningkatkan kepuasan (sebagai contoh, dengan memperbaiki proses manufaktur atau menginvestasikan lebih banyak di departemen R & D). ketiga perusahaan mempunyai banyak pihak yang berkepentingan, termasuk karyawan, penyalur, pemasok dan pemegang saham, mengeluarkan lebih banyak biaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan mungkin menggali dana yang seharusnya untuk meningkatkan kepuasan “mitranya” akhirnya perusahaan harus beroperasi dengan filosofi bahwa boleh saja mencoba memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi asalkan juga dapat memberikan tingkat kepuasan yang dapat diterima oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan sesuai batasan jumlah sumber dayanya.⁴⁷

Jalan keluar dari masalah ini adalah dengan menempatkan lebih banyak penekanan pada manajemen. Proses bisnis inti yang lebih lancar, dimana kebanyakan melibatkan masukan dan kerjasama antar fungsional. Proses bisnis inti mencakup:

1. Proses realisasi produk baru semua kegiatan yang mencakup penelitian, pengembangan dan peluncuran

⁴⁷ *Ibid.*, h. 38

produk-produk baru yang berkualitas tinggi dengan segera dan sesuai anggaran

2. Proses manajemen persediaan: semua kegiatan yang mencakup mengembangkan dan pengelolaan tingkat persediaan bahan mentah, barang setengah jadi, dan barang jadi agar persediaan yang memadai selalu tersedia dan biaya kelebihan persediaan bisa ditekan
3. Proses penerimaan pesanan sampai perolehan tagihan: semua kegiatan yang mencakup penerimaan dan persetujuan pesanan, pengiriman barang tepat waktu dan menagih pembayaran.
4. Proses pelayanan pelanggan: semua kegiatan untuk mempermudah pelanggan menghubungi pihak – pihak yang tepat diperusahaan dan mendapatkan pelayanan jawaban dan penyelesaian masalah yang cepat dan memuaskan.
5. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mengembangkan kemampuan yang lebih baik dalam mengelola proses – proses utama ini. Sebagai contoh, satu dari kekuatan utama Wal-Mart adalah efisiensinya yang tinggi dalam memindahkan barang dari pemasoknya sampai ke toko- tokonya. Pada saat toko-toko Wal-Mart menjual barang-barang, informasi penjualan mengalir melalui computer tidak hanya kantor pusat Wal-Mart tetapi juga pemasoknya yang

kemudian mengirimkan barang pengganti ke toko-toko Wal-Mart hamper secepat barang tersebut terjual.⁴⁸

Selain itu ada beberapa cara untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan biro jasa diantaranya:

1. Jaringan pengantar nilai (*value – delivery network*)

Agar berhasil: suatu perusahaan juga perlu mencari keunggulan kompetitif di luar operasinya sendiri, ke dalam rantai nilai para pemasok, penyalur dan pelanggannya, karena menghadapi persaingan ketat, banyak perusahaan sekarang membentuk kemitraan pemasok dan penyalur tertentu untuk menciptakan jaringan penghantaran nilai yang lebih baik.⁴⁹

2. Menarik dan Mempertahankan Pelanggan

Selain memperbaiki hubungan dengan para mitranya dalam rantai pemasok, banyak perusahaan bermaksud mengembangkan ikatan dan kesetiaan yang lebih kuat dengan pelanggan akhirnya. Di masa lalu, banyak perusahaan meremehkan para pelanggan. Para pelanggan mereka mungkin tidak memiliki banyak pilihan sumber penawaran, atau semua pemasok sama-sama mempunyai kekurangan dalam pelayanan, atau

⁴⁸ Philip Armstrong Kotler, *op.cit.*, h. 40

pasar sedang tumbuh pesat sehingga perusahaan tidak kuatir tentang kepuasan pelanggannya. Jelas sekali hal tersebut telah berubah.⁵⁰

3. Kebutuhan akan pelanggan

Biaya untuk menarik pelanggan baru diperkirakan lima kali dari biaya memuaskan pelanggan yang ada diperlukan usaha yang besar untuk menarik pelanggan yang puas agar beralih dari pemasok mereka.

Sayangnya, kebanyakan teori dan praktik pemasaran lebih terpusat pada seni menarik pelanggan baru daripada mempertahankan pelanggan yang sudah ada, penekanan secara tradisional diarahkan pada penjualan yang sudah ada. Penekanan secara tradisional diarahkan pada penjualan daripada perhatian kepada pelanggan setelah penjualan. Tetapi saat ini lebih banyak perusahaan yang menyadari pentingnya memasukkan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan dapat meningkatkan laba sekitar 25% sampai 85% dengan mengurangi peralihan pelanggan sekitar 5%, Sayangnya, sistem akuntansi perusahaan gagal menunjukkan nilai dari

⁴⁹ *Ibid.*,

⁵⁰ *Ibid.*, h. 41

pelanggan yang setia.⁵¹

Mengembangkan pelanggan yang lebih setia berarti meningkatkan pendapatan perusahaan. Tetapi perusahaan harus mengeluarkan lebih banyak biaya untuk membentuk kesetiaan pelanggan yang lebih besar. Pengembangan kesetiaan pelanggan akan lebih menguntungkan dalam beberapa bidang usaha daripada yang lainnya. Berapa besar yang harus diinvestasikan perusahaan dalam pengembangan hubungan pelanggan, sehingga biayanya tidak melebihi manfaatnya? Kita perlu membedakan lima jenis tingkat investasi perusahaan dalam pengembangan hubungan pelanggan.

- a. Pemasaran dasar : wiraniaga hanya menjual produknya
- b. Pemasaran reaktif, wiraniaga menjual produknya dan mendorong pelanggan untuk menghubunginya jika mempunyai pertanyaan, komentar, atau keluhan.
- c. Pemasaran bertanggung jawab. Wiraniaga menghubungi pelanggan segera setelah penjualan untuk menanyakan apakah produknya memenuhi harapan pelanggan. Wiraniaga tersebut juga meminta saran perbaikan produk atau pelayanan

⁵¹ *Ibid.*,

atau menanyakan kekecewaan tertentu. Informasi ini membantu perusahaan terus meningkatkan kinerjanya

- d. Pemasaran produktif; wiraniaga perusahaan menghubungi pelanggan secara periodic untuk memberitahukan tentang penggunaan produk yang lebih baik atau produk baru yang memudahkan pekerjaan (staf penjualan Kraft U.S.A biasanya membatasi usaha mereka dalam merencanakan promosi di pasar swalayan; sekarang mereka lebih proaktif dengan menawarkan riset dan petunjuk untuk meningkatkan keuntungan toko)
- e. Pemasaran kemitraan: perusahaan terus bekerja sama dengan pelanggan untuk menemukan cara – cara memberikan penghematan bagi pelanggan atau membantu pelanggan berkinerja lebih baik (general Electric telah menempatkan beberapa teknisinya secara penuh waktunya di Praxair. Inc untuk membantu meningkatkan produktivitas Praxair).⁵²

2.3. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Tolak ukur suatu perusahaan dalam menilai kepuasan konsumen terkait kualitas adalah “kecocokan untuk digunakan”,

⁵² Philip Armstrong Kotler, *op.cit.*, h. 43-44

“pemenuhan tuntutan”, dan “bebas dari variasi”.⁵³ Untuk memenuhi kepuasan konsumen maka kualitas yang diberikan oleh perusahaan haruslah yang melebihi atau paling tidak menyamai dengan harapan konsumen. Untuk menilai kualitas pelayanan, para ahli pemasaran seperti Parasuraman, et.all, 1988 dalam Lupiyoadi menyimpulkan bahwa terdapat 5 dimensi SERVQUAL yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.⁵⁴

Beberapa perusahaan melakukan hal ini dengan sangat baik yaitu membangun hubungan organisasi dengan menyediakan produk dan pelayan jasa yang baik dan berkualitas, serta membangun berbagai program kepuasan konsumen. Jika program ini tidak memberikan hasil berupa nilai kepada konsumen maka konsumen mengalami resiko dalam loyalitas pelanggannya. Sebenarnya banyak program yang dapat dilakukan oleh para pemasar dalam melakukan strategi loyalitas pelanggannya tetapi semuanya itu tergantung pada kondisi dan situasi serta posisinya di mata konsumen. Perusahaan harus memastikan nilai mereka di mata konsumen terlebih dahulu untuk membantu menciptakan loyalitas secara alami dengan produk yang baik, jasa pelayanan yang baik dan keyakinan bagi konsumen melalui segala hal yang mereka lakukan. Jika semuanya itu telah diwujudkan maka hubungan jangka panjang akan membawa ke arah loyalitas

⁵³ *Ibid.*, h. 47

⁵⁴ R Lupiyoadi, & A. Hamdani, *op.cit.*, h. 148

pelanggan.⁵⁵

Dalam literatur manajemen pemasaran jasa, terutama yang dimotori oleh Parasuraman et al., (1988) bahwa suatu perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing apabila mampu memberikan pelayanan yang bermutu dan dapat memuaskan pelanggan.⁵⁶ Schmitt (1999) telah mengeksplorasi bagaimana perusahaan-perusahaan menciptakan experiential marketing dengan mempertimbangkan lima elemen dasar yaitu rasa (*sense*), perasaan (*feel*), berpikir (*think*), bertindak (*act*), dan berhubungan (*relate*) dengan suatu perusahaan dan mereknya.⁵⁷ Tidak seperti dalam pemasaran tradisional bahwa perusahaan dapat mendapatkan keunggulan bersaing bila mampu memuaskan pelanggan melalui pelayanan yang bermutu. Dalam konsep experiential marketing, perusahaan-perusahaan harus bersaing dengan men-ciptakan pengalaman yang memuaskan, dan perusahaan harus memadukan kelima elemen dasar experiential marketing untuk mendeteksi proses pembelian oleh konsumen.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Andreassen (1994 dalam Smith and Wright, 2004) menyatakan bahwa reputasi merek menjadi sebuah issue dari sebuah sikap dan kepercayaan kepada penghargaan merek/nama, imej dan kepuasan serta

⁵⁵ Duffy, Dennis L., "Customer Loyalty Strategies", *Journal of Consumer Marketing*, Vol 15 No. 5, 1998, pp. 435-448

⁵⁶ A. Parasuraman, V.A. Zeithaml, & Berry, L.L., SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 1988, 24(1), h. 12-40

loyalitas pelanggan. Disamping itu reputasi merek adalah merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan terhadap perusahaan. Jadi pelayanan yang berkualitas dari perusahaan jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2.4. Rumusan Mandiri

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai peneliti terbukti melalui data yang terkumpul.⁵⁷ Oleh karena itu, hipotesis merupakan kesimpulan yang mungkin benar atau mungkin salah, yang masih perlu diuji kebenarannya.⁵⁸ Adapun hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah Ada pengaruh positif dan signifikan pelayanan biro jasa terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

⁵⁷ B. Schmitt, Experiential Marketing, *Journal of Marketing Management*, 1999, 15(3), h. 53-67.

⁵⁸ *Ibid*, h. 64.

⁵⁹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Jilid I, Yogyakarta: Andi Offset, 2000, h. 63

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini pembahasan akan menitikberatkan bagaimana pengaruh antara pelayanan biro jasa terhadap jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

2. Sumber Data

Pengambilan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Sumber Data Primer

Jenis data primer adalah data pokok yang berkaitan dan diperoleh secara langsung dari obyek penelitian. Sedangkan sumber data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data penelitian secara langsung.⁶⁰ Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil angket konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari

subyek penelitiannya.⁶¹ Atau dengan kata lain dapat pula didefinisikan sebagai sumber yang dapat memberikan informasi/data tambahan yang dapat memperkuat data pokok yang menjadi sumber data primer adalah data dari jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

3.2. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari obyek penelitian.⁶² Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak. Adapun jumlah konsumen pada tahun 2015-2016 adalah sejumlah 135, yang selanjutnya disebut sebagai populasi.⁶³

2. Sampel

Jumlah individu yang masuk dalam populasi cukup besar, maka penulis hanya akan mengambil obyek penelitian sebagian kecil saja, sebagai wakil-wakil dari populasi. Wakil dari populasi yang menjadi obyek penelitian disebut sampel penelitian, dan dalam penelitian ini penulis mengkaitkan dengan pendapat Sutrisno Hadi yang menyatakan bahwa sampel merupakan bagian yang di ambil dari populasi yang

⁶⁰ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004, h. 87

⁶¹ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002, h. 91.

⁶² *Ibid*, h. 102

dijadikan sebagai sasaran dari populasi.⁶⁴

Di sisi lain, prosedur atau cara pengambilan sampel menurut Suharsimi Arikunto menyatakan jika subyeknya kurang dari 100, maka lebih baik di ambil semuanya sehingga merupakan penelitian populasi, jika subyeknya besar dapat di ambil antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih.⁶⁵

Dari sejumlah populasi sebanyak 135 anggota pada tahun 2015-2016, dalam penelitian ini, penulis akan mengambil sampel sebesar 25% yaitu sejumlah 34 konsumen.

Agar representatif dalam pengambilan sampel digunakan tehnik *random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara random atau tanpa pandang bulu, artinya individu dalam populasinya baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁶⁶

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode angket atau kuesioner

Angket adalah suatu daftar pertanyaan atau pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subjek. Baik

⁶³ Dokumentasi anggota Jam'iah Asasul Bilad Desa Moro Demak Bonang Demak, di kutip pada tanggal 15 Oktober 2016

⁶⁴ Sutrisno Hadi, *Statistik Jilid II*, Yogyakarta: Andi, 2001, h. 104.

⁶⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006, h. 107.

⁶⁶ Sutrisno Hadi, *Op.Cit*, h. 75

secara individu atau komplek, untuk mendapatkan informasi tertentu, seperti prefensi, keyakinan, minat dan .⁶⁷ Metode ini peneliti gunakan untuk memperoleh data yang terkait dengan variabel X yaitu pelayanan biro jasa jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak, dan variabel Y yaitu kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

Bentuk angket yang digunakan peneliti adalah angket tertutup yaitu pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia.⁶⁸

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari pelayanan sebagai variabel bebas (Independen) dan kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak sebagai variabel terikat (Dependen). Data variabel-variabel tersebut di peroleh dari hasil angket yang telah di sebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini:

⁶⁷ Saifudin Azwar, *Op.Cit*, h.128.

Tabel 3.1
Hasil Skor Kuesioner Variabel Pelayanan Biro Jasa Jam'iah
Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak

Indikator	No Angket	SS	%	S	%	N	%	TS	%
Kejujuran Pelayanan	1	6	16%	18	47%	12	32%	2	5%
	2	1	3%	19	50%	17	45%	1	3%
	3	5	13%	18	47%	15	39%	0	0%
	4	10	26%	17	45%	11	29%	0	0%
	5	4	11%	25	66%	8	21%	1	3%
	6	8	21%	12	32%	11	29%	7	18%
	7	13	34%	15	39%	9	24%	1	3%
	8	5	13%	16	42%	17	45%	0	0%
Keramahan Pelayanan	9	5	13%	11	29%	22	58%	0	0%
	10	5	13%	17	45%	15	39%	1	3%
	11	3	8%	18	47%	14	37%	3	8%
	12	2	5%	18	47%	15	39%	3	8%
	13	10	26%	15	39%	12	32%	1	3%
	14	7	18%	19	50%	11	29%	1	3%
	15	10	26%	18	47%	10	26%	0	0%
	16	12	32%	23	61%	3	8%	0	0%
Kecepatan Pelayanan	17	10	26%	21	55%	5	13%	2	5%
	18	2	5%	19	50%	14	37%	3	8%
	19	3	8%	18	47%	11	29%	6	16%
	20	3	8%	23	61%	11	29%	1	3%
	21	4	11%	23	61%	11	29%	0	0%

Ketepatan Pelayanan	22	2	5%	16	42%	18	47%	2	5%
	23	4	11%	15	39%	17	45%	2	5%
	24	1	3%	13	34%	19	50%	5	13%
	25	4	11%	23	61%	10	26%	1	3%
	26	0	0%	12	32%	23	61%	3	8%
	27	4	11%	21	55%	12	32%	1	3%
	28	0	0%	11	29%	25	66%	2	5%
	29	2	5%	16	42%	20	53%	0	0%
	30	6	16%	21	55%	10	26%	1	3%

Sumber: Data Primer yang diolah 2017

Tabel 3.2
Hasil Skor Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen Jam'iah
Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak

Indikator	No Angket	SS	%	S	%	N	%	TS	%
Senang Dalam Menggunakan Jasa	1	7	18%	21	55%	10	26%	0	0%
	2	10	26%	20	53%	6	16%	2	5%
	3	6	16%	24	63%	4	11%	4	11%
	4	4	11%	20	53%	13	34%	1	3%
	5	4	11%	20	53%	11	29%	3	8%
	6	9	24%	20	53%	8	21%	1	3%
	7	6	16%	18	47%	13	34%	1	3%
	8	3	8%	19	50%	14	37%	2	5%
Senang Terhadap Pelayanan	9	7	18%	23	61%	6	16%	2	5%
	10	5	13%	20	53%	13	34%	0	0%
	11	5	13%	12	32%	18	47%	3	8%
	12	7	18%	20	53%	9	24%	2	5%
	13	3	8%	24	63%	9	24%	2	5%

	14	7	18%	17	45%	14	37%	0	0%
	15	8	21%	14	37%	15	39%	1	3%
	16	9	24%	14	37%	15	39%	0	0%
Senang Terhadap Kecepatan	17	15	39%	15	39%	7	18%	1	3%
	18	7	18%	19	50%	9	24%	3	8%
	19	11	29%	18	47%	7	18%	2	5%
	20	6	16%	25	66%	7	18%	0	0%
	21	5	13%	17	45%	16	42%	0	0%
	22	7	18%	19	50%	9	24%	3	8%
	23	12	32%	16	42%	8	21%	2	5%
Senang Terhadap Ketepatan Pelayanan	24	2	5%	23	61%	12	32%	1	3%
	25	9	24%	18	47%	11	29%	0	0%
	26	8	21%	23	61%	6	16%	1	3%
	27	9	24%	22	58%	5	13%	2	5%
	28	6	16%	15	39%	17	45%	0	0%
	29	5	13%	13	34%	19	50%	1	3%
	30	10	26%	21	55%	6	16%	1	3%

Sumber: Data Primer yang diolah 2017

a. Variabel Pelayanan Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak

1) Indikator Senang Dalam Menggunakan Jasa

Pertanyaan angket no 1 sebanyak 16% sangat setuju, 47% setuju, 32% netral, 5% dan tidak setuju staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menjelaskan biaya pengurusan STNK sesuai form dari kepolisian. Pertanyaan angket no 2 sebanyak 3% sangat setuju,

50% setuju, 45% netral, 3% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad memberikan kwitansi pembayaran dari kepolisian secara utuh tanpa ada mark up. Pertanyaan angket no 3 sebanyak 13% sangat setuju, 47% setuju, 39% netral, 0% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menjelaskan langkah pengurusan SIM dan STNK dengan benar sesuai aturan kepolisian. Pertanyaan angket no 4 sebanyak 26% sangat setuju, 45% setuju, 29% netral, 0% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad mengajak konsumen langsung untuk proses pengurusan jika ada keraguan dari konsumen. Pertanyaan angket no 5 sebanyak 11% sangat setuju, 66% setuju, 21% netral, 3% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad meminta imbalan untuk setelah memberikan nota keseluruhan secara resmi dari kepolisian. Pertanyaan angket no 6 sebanyak 21% sangat setuju, 32% setuju, 29% netral, 18% dan tidak setuju. Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menghindari bicara membandingkan biro lain untuk berbohong biaya jasa pengurusan. Pertanyaan angket no 7 sebanyak 34% sangat setuju, 39% setuju, 24% netral, 3% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad meminta tambahan biaya jasa karena adanya perubahan tambahan biaya jasa

dengan memperlihatkan kwitansi dari samsat karena kesepakatan awal lebih rendah. Pertanyaan angket no 8 sebanyak 13% sangat setuju, 42% setuju, 45% netral, 0% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak berbohong dalam mengalokasikan dana keuntungan yayasan.

2) Indikator Senang terhadap Pelayanan

Pertanyaan angket no 9 sebanyak 13% sangat setuju, 29% setuju, 58% netral, 0% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad melayani dengan murah senyum. Pertanyaan angket no 10 sebanyak 13% sangat setuju, 45% setuju, 39% netral, 3% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tanggap terhadap keluhan konsumen. Pertanyaan angket no 11 sebanyak 8% sangat setuju, 47% setuju, 37% netral, 8% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak pernah-marah-marah ketika melayani pelanggan. Pertanyaan angket no 12 sebanyak 5% sangat setuju, 47% setuju, 39% netral, 8% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak menyalahkan kesalahan konsumen ketika ada persyaratan yang kurang namun langsung dibantu melengkapinya. Pertanyaan angket no 13 sebanyak 26% sangat setuju, 39% setuju, 32% netral, 3% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak

pernah-marah-marah ketika melayani konsumen. Pertanyaan angket no 14 sebanyak 18% sangat setuju, 50% setuju, 29% netral, 3% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad mengajak dialog santai ketika ada konsumen yang protes. Pertanyaan angket no 15 sebanyak 26% sangat setuju, 47% setuju, 26% netral, 0% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menyediakan minuman ringan ketika konsumen menunggu. Pertanyaan angket no 16 sebanyak 32% sangat setuju, 61% setuju, 8% netral, 0% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak marah ketika ada konsumen yang protes.

3) Indikator Senang terhadap Kecepatan

Pertanyaan angket no 17 sebanyak 26% sangat setuju, 55% setuju, 13% netral, 5% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad memberikan hasil kerja sesuai kesepakatan. Pertanyaan angket no 18 sebanyak 5% sangat setuju, 50% setuju, 37% netral, 8% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad cepat merespon setiap keluhan konsumen. Pertanyaan angket no 19 sebanyak 8% sangat setuju, 47% setuju, 29% netral, 16% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad langsung mengurus kesalahan kepengurusan

SIM atau STNK karena kesalahan pihak Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad. Pertanyaan angket no 20 sebanyak 8% sangat setuju, 61% setuju, 29% netral, 3% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak menunda-nunda pengurusan SIM atau STNK konsumen meskipun belum memberi DP Pertanyaan angket no 21 sebanyak 11% sangat setuju, 61% setuju, 29% netral, 0% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad mengembalikan kelebihan pembayaran konsumen dengan cepat Pertanyaan angket no 22 sebanyak 5% sangat setuju, 42% setuju, 47% netral, 5% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak menunda kepengurusan SIM atau STNK ketika konsumen banyak protes, sama seperti yang lain Pertanyaan angket no 23 sebanyak 11% sangat setuju, 39% setuju, 45% netral, 5% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menyambangi ke rumah konsumen ketika hasil pekerjaan selesai tidak hanya menunggu diambil konsumen

4) Indikator Senang Terhadap Ketepatan Pelayanan

Pertanyaan angket no 24 sebanyak 3% sangat setuju, 34% setuju, 50% netral, 13% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad memberikan harga pelayanan sesuai tingkat ekonomi konsumen

Pertanyaan angket no 25 sebanyak 11% sangat setuju, 61% setuju, 26% netral, 3% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menjelaskan sistem penyaluran keuangan kepada konsumen secara tepat sehingga konsumen ikhlas memberikan imbalan jasa

Pertanyaan angket no 26 sebanyak 0% sangat setuju, 32% setuju, 61% netral, 8% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak mempersulit konsumen dalam pelayanan. Pertanyaan angket no 27 sebanyak 11% sangat setuju, 55% setuju, 32% netral, 3% dan tidak setuju Setiap hasil keuntungan Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tepat sasaran dan dilihat konsumen. Pertanyaan angket no 28 sebanyak 0% sangat setuju, 29% setuju, 66% netral, 5% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menjelaskan perhitungan biaya dengan tepat sehingga konsumen tidak ragu

Pertanyaan angket no 29 sebanyak 5% sangat setuju, 42% setuju, 53% netral, 0% dan tidak setuju Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menghitung rincian biaya konsumen dengan tepat. Pertanyaan angket no 30 sebanyak 16% sangat setuju, 55% setuju, 26% netral, 3% dan tidak setuju staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad akan mengembalikan kelebihan biaya dengan tepat sesuai kesepakatan awal.

**b. Variabel Kepuasan Konsumen Jam'iah Asasul Bilad
Desa Morodemak Bonang Demak**

1) Indikator Senang Dalam Menggunakan Jasa

Pertanyaan angket no 1 sebanyak 18% sangat setuju, 55% setuju, 26% netral, 0% dan tidak setuju selalu menggunakan jasa Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad ketika memperpanjang STNK. Pertanyaan angket no 2 sebanyak 26% sangat setuju, 53% setuju, 16% netral, 5% dan tidak setuju Saya menggunakan jasa Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena memberikan kwitansi pembayaran dari kepolisian secara utuh tanpa ada mark up. Pertanyaan angket no 3 sebanyak 16% sangat setuju, 63% setuju, 11% netral, 11% dan tidak setuju Saya menggunakan jasa Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena langkah pengurusan SIM dan STNK dengan benar sesuai aturan kepolisian. Pertanyaan angket no 4 sebanyak 11% sangat setuju, 53% setuju, 34% netral, 3% dan tidak setuju Saya menggunakan jasa Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena sering mengajak pelanggan langsung untuk proses pengurusan jika ada keraguan dari pelanggan. Pertanyaan angket no 5 sebanyak 11% sangat setuju, 53% setuju, 29% netral, 8% dan tidak setuju Saya menggunakan jasa Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena pembayaran sesuai dengan nota

resmi dari kepolisian dan ditambah imbalan yang sebagian disalurkan ke fakir miskin. Pertanyaan angket no 6 sebanyak 24% sangat setuju, 53% setuju, 21% netral, 3% dan tidak setuju Saya selalu menggunakan jasa Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena lebih transparan dari pada biro jasa yang lain. Pertanyaan angket no 7 sebanyak 16% sangat setuju, 47% setuju, 34% netral, 3% dan tidak setuju Saya selalu menggunakan Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena transparan dalam meminta tambahan biaya jasa karena adanya perubahan tambahan biaya jasa dengan memperlihatkan kwitansi dari samsat karena kesepakatan awal lebih rendah. Pertanyaan angket no 8 sebanyak 8% sangat setuju, 50% setuju, 37% netral, 5% dan tidak setuju Saya menggunakan jasa Jasa Jam'iah Asasul Bilad dalam kepengurusan STNK karena biro jasa ini tidak berbohong dalam mengalokasikan dana keuntungan yayasan

2) Indikator Senang Terhadap Pelayanan

Pertanyaan angket no 9 sebanyak 18% sangat setuju, 61% setuju, 16% netral 5% dan tidak setuju Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena melayani dengan murah senyum. Pertanyaan angket no 10 sebanyak 13% sangat setuju, 53% setuju, 34% netral, 0% dan tidak setuju Saya

suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena mendengarkan setiap keluhan pelanggan. Pertanyaan angket no 11 sebanyak 13% sangat setuju, 32% setuju, 47% netral, 8% dan tidak setuju Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena tidak menyalahkan kesalahan konsumen ketika ada persyaratan yang kurang namun langsung dibantu melengkapinya. Pertanyaan angket no 12 sebanyak 18% sangat setuju, 53% setuju, 24% netral, 5% dan tidak setuju Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad Hasil karena tanggap terhadap keluhan konsumen. Pertanyaan angket no 13 sebanyak 8% sangat setuju, 63% setuju, 24% netral, 5% dan tidak setuju Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena tidak pernah-marah-marah ketika melayani pelanggan. Pertanyaan angket no 14 sebanyak 18% sangat setuju, 45% setuju, 37% netral, 0% dan tidak setuju Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena selalu mengajak dialog santai ketika ada pelanggan yang protes. Pertanyaan angket no 15 sebanyak 21% sangat setuju, 37% setuju, 39% netral, 3% dan tidak setuju Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena menyediakan minuman ringan ketika pelanggan menunggu. Pertanyaan angket no 16

sebanyak 24% sangat setuju, 37% setuju, 39% netral, 0% dan tidak setuju Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena tidak marah ketika ada pelanggan yang protes.

3) Indikator Senang terhadap Kecepatan

Pertanyaan angket no 17 sebanyak 39% sangat setuju, 39% setuju, 18% netral, 3% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena memberikan hasil kerja sesuai kesepakatan. Pertanyaan angket no 18 sebanyak 18% sangat setuju, 50% setuju, 24% netral, 8% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena cepat merespon setiap keluhan. Pertanyaan angket no 19 sebanyak 29% sangat setuju, 47% setuju, 18% netral, 5% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena langsung mengurus kesalahan kepengurusan SIM atau STNK karena kesalahan pihak Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad. Pertanyaan angket no 20 sebanyak 1 % sangat setuju, 66% setuju, 18% netral, 0% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena tidak menunda-nunda pengurusan SIM atau STNK pelanggan meskipun belum memberi DP. Pertanyaan angket no 21 sebanyak 13% sangat setuju,

45% setuju, 42% netral, 0% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena mengembalikan kelebihan pembayaran pelanggan dengan cepat. Pertanyaan angket no 22 sebanyak 18% sangat setuju, 50% setuju, 24% netral, 8% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena tidak menunda kepengurusan SIM atau STNK ketika pelanggan banyak protes, sama seperti yang lain. Pertanyaan angket no 23 Sebanyak 32% sangat setuju, 42% setuju, 21% netral, 5% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena menyambangi ke rumah pelanggan ketika hasil pekerjaan selesai tidak hanya menunggu diambil pelanggan

4) Indikator Senang Terhadap Ketepatan Pelayanan

Pertanyaan angket no 24 sebanyak 5% sangat setuju, 61% setuju, 32% netral, 3% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena memberikan harga pelayanan sesuai tingkat ekonomi pelanggan. Pertanyaan angket no 25 sebanyak 24% sangat setuju, 47% setuju, 29% netral, 0% dan tidak setuju saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena menjelaskan sistem penyaluran keuangan kepada

pelanggan secara tepat sehingga pelanggan ikhlas memberikan imbalan jasa. Pertanyaan angket no 26 sebanyak 21% sangat setuju, 61% setuju, 16% netral, 3% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena tidak mempersulit pelanggan dalam pelayanan. Pertanyaan angket no sebanyak 24% sangat setuju, 58% setuju, 13% netral, 5% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena setiap hasil keuntungan tepat sasaran dan dilihat pelanggan. Pertanyaan angket no 28 Sebanyak 16% sangat setuju, 39% setuju, 45% netral, 0% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena menjelaskan perhitungan biaya dengan tepat sehingga pelanggan tidak ragu. Pertanyaan angket no 29 sebanyak 13% sangat setuju, 34% setuju, 50% netral, 3% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena menghitung rincian biaya pelanggan dengan tepat Pertanyaan angket no 30 sebanyak 26% sangat setuju, 55% setuju, 16% netral, 3% dan tidak setuju Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena akan mengembalikan kelebihan biaya dengan tepat sesuai kesepakatan awal.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data-data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda, dan sebagainya.⁶⁹ Metode ini digunakan untuk mencari data yang berkaitan dengan profil, jumlah karyawan dan produk Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

3.4. Teknik Analisis Data

Analisis di dalam penelitian ini ada beberapa hal yang digunakan untuk mengetahui pengaruh pelayanan biro jasa terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak diantaranya yaitu menggunakan analisis:

3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*. r_{hitung} diperoleh dari hasil output, nilai tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dari buku statistik. Pengujian validitas

⁶⁹ Saifudin Azwar, *Op.Cit*, h. 206

selengkapnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Pelayanan Biro Jasa Jam'iah
Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak

Item Pertanyaan	Corrected Item pertanyaan Total Correlation	r table	Ket.
Pertanyaan 1	0.688	0.320	Valid
Pertanyaan 2	0.527	0.320	Valid
Pertanyaan 3	0.472	0.320	Valid
Pertanyaan 4	0.610	0.320	Valid
Pertanyaan 5	0.184	0.320	Tidak
Pertanyaan 6	0.457	0.320	Valid
Pertanyaan 7	0.666	0.320	Valid
Pertanyaan 8	0.436	0.320	Valid
Pertanyaan 9	0.393	0.320	Valid
Pertanyaan 10	0.478	0.320	Valid
Pertanyaan 11	0.447	0.320	Valid
Pertanyaan 12	0.114	0.320	Tidak
Pertanyaan 13	0.694	0.320	Valid
Pertanyaan 14	0.636	0.320	Valid
Pertanyaan 15	0.701	0.320	Valid
Pertanyaan 16	0.466	0.320	Valid
Pertanyaan 17	0.435	0.320	Valid
Pertanyaan 18	0.572	0.320	Valid
Pertanyaan 19	0.513	0.320	Valid

Pertanyaan 20	0.461	0.320	Valid
Pertanyaan 21	0.092	0.320	Tidak
Pertanyaan 22	0.490	0.320	Valid
Pertanyaan 23	0.440	0.320	Valid
Pertanyaan 24	0.389	0.320	Valid
Pertanyaan 25	0.407	0.320	Valid
Pertanyaan 26	0.453	0.320	Valid
Pertanyaan 27	0.453	0.320	Valid
Pertanyaan 28	0.391	0.320	Valid
Pertanyaan 29	0.605	0.320	Valid
Pertanyaan 30	0.482	0.320	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung > dari r tabel (0.320) berjumlah 27 item sedangkan yang tidak valid sebanyak 3 item pertanyaan dan bernilai positif.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen Jam'iah
Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak

Item Pertanyaan	Corrected Item pertanyaan Total Correlation	r table	Ket.
Pertanyaan 1	0.471	0.320	Valid
Pertanyaan 2	0.373	0.320	Valid
Pertanyaan 3	0.432	0.320	Valid

Pertanyaan 4	0.545	0.320	Valid
Pertanyaan 5	0.686	0.320	Valid
Pertanyaan 6	0.521	0.320	Valid
Pertanyaan 7	0.536	0.320	Valid
Pertanyaan 8	0.536	0.320	Valid
Pertanyaan 9	0.560	0.320	Valid
Pertanyaan 10	0.626	0.320	Valid
Pertanyaan 11	0.490	0.320	Valid
Pertanyaan 12	0.533	0.320	Valid
Pertanyaan 13	0.465	0.320	Valid
Pertanyaan 14	0.521	0.320	Valid
Pertanyaan 15	0.369	0.320	Valid
Pertanyaan 16	0.485	0.320	Valid
Pertanyaan 17	0.501	0.320	Valid
Pertanyaan 18	0.098	0.320	Tidak
Pertanyaan 19	0.255	0.320	Tidak
Pertanyaan 20	0.480	0.320	Valid
Pertanyaan 21	0.491	0.320	Valid
Pertanyaan 22	0.522	0.320	Valid
Pertanyaan 23	0.460	0.320	Valid
Pertanyaan 24	0.004	0.320	Tidak
Pertanyaan 25	0.384	0.320	Valid
Pertanyaan 26	0.508	0.320	Valid
Pertanyaan 27	0.435	0.320	Valid

Pertanyaan 28	0.140	0.320	Tidak
Pertanyaan 29	0.376	0.320	Valid
Pertanyaan 30	0.472	0.320	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0.320) berjumlah 26 item sedangkan yang tidak valid sebanyak 4 item pertanyaan dan bernilai positif.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$).⁷⁰ Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

⁷⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001, h. 129

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
X	30 Item pertanyaan	0.881	Reliabel
Y	30 Item pertanyaan	0.857	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$. dengan demikian variabel dapat dikatakan reliable

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen (pelayanan biro) dan variabel independen (kepuasan konsumen) keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji normalitas. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.⁷¹ Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melihat histogram dan melihat normal *probability plot*. Asumsinya adalah:⁷²

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik

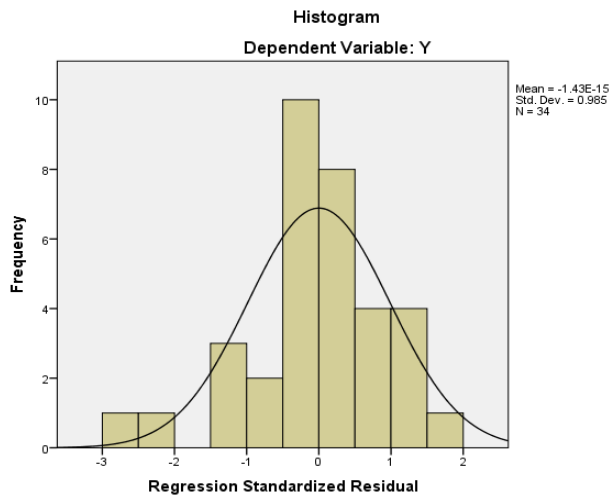
⁷¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariati dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001, h. 76

histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

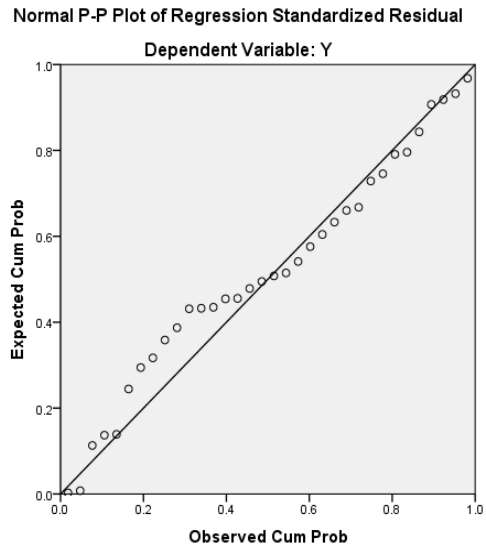
Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Gambar 3.1



Gambar 3.2

Normal Probability Plot



Dengan melihat grafik di atas, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Sedangkan pada grafik *Normal Probability Plot* terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan variabel pelayanan biro dan kepuasan konsumen mempunyai distribusi normal. Hal ini berarti model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Adapun hasil dari pengujian menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.6
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X	Y
N		34	34
Normal	Mean	73.7059	70.0882
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	11.57460	10.26724
Most Extreme Differences	Absolute	.089	.108
	Positive	.070	.108
	Negative	-.089	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.517	.630
Asymp. Sig. (2-tailed)		.952	.823

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan perhitungan SPSS terlihat bahwa uji *Kolmogorov-Smirnov* variabel pelayanan biro menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.952, dan variabel kepuasan konsumen menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.823. Berdasarkan nilai signifikansi tersebut terlihat bahwa angka signifikansi yang diperoleh dari uji normalitas semuanya lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penelitian dari kedua variabel tersebut adalah normal.

2. Uji *Multikolinieritas*

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (kepuasan konsumen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya *multikolinearitas* di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Asumsinya adalah jika nilai *tolerance* kurang dari 0,1 maka tidak terjadi *multikolinearitas* serta nilai VIF tidak lebih dari 10 maka tidak terjadi *multikolinearitas*.⁷³ Hasil uji *multikolinieritas* masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 3.7 sebagai berikut:

Tabel 3.7
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X	1.000	1.000

a Dependent Variable: pelayanan-kepuasan

Dari hasil pengujian *multikolinearitas* yang dilakukan nilai *tolerance* variabel *product* sebesar 1.000. Hasil ini juga menunjukkan hal yang sama

⁷³ *Ibid.*, h.56

bahwa tidak ada variabel bebas yg memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1 VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada *multikolinieritas* antar variabel bebas dalam model regresi atau tidak ada korelasi antar variabel pelayanan biro jasa terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

3. Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak.

Uji Homogenitas dinyatakan homogen apabila memenuhi persyaratan:

- a. Jika signifikansi yang diperoleh $> 0,05$, maka variansi setiap sampel sama (homogen)
- b. Jika signifikansi yang diperoleh $< 0,05$, maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen)

Dari hasil pengujian muncul hasilnya secara otomatis sebagaimana dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.8
Hasil Analisis Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

Nilai

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.842	1	66	.362

Dari hasil di atas dapat diketahui signifikansi sebesar 0,362 Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok data pelayanan biro jasa dan kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak (homogen).

3.4.3 Analisis Deskriptif

Data penelitian yang terkumpul, dianalisa dan diinterpretasikan untuk menguji hipotesa-hipotesa yang telah dirumuskan. Dimana cara menganalisa hasil penelitian disini dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis ini bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk yang sudah dipahami, dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Artinya, manajer sebagai pengguna mudah memperoleh deskripsi atau gambaran jika hasil informasi diubah menjadi analisis deskriptif. Data mentah yang cukup bervariasi bernilai sulit dan kurang bermakna, sebab periset harus mengartikan data tiap

responden satu-persatu.

3.4.4 Analisis Regresi

Analisis Regresi merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain.⁷⁴ Dalam analisis regresi, variabel yang mempengaruhi disebut Independent variabel (variabel bebas) dan variabel yang dipengaruhi disebut Dependent Variabel (variabel terikat). Jika dalam persamaan regresi hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka disebut sebagai persamaan regresi sederhana, sedangkan jika variabel bebasnya lebih dari satu, maka disebut sebagai persamaan regresi berganda.

Karena dalam penelitian ini menggunakan satu variabel independent dan satu variabel dependent, maka analisis yang digunakan adalah koefisien regresi sederhana.

3.4.5 Menguji Hipotesis

1. Uji T

Untuk mengetahui adakah pelayanan biro jasa terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak

Ho diterima: apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$, berarti bahwa pelayanan biro jasa berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak

⁷⁴ Sutrisno Hadi, *Analisis Regresi*, Yogyakarta: Andi Offset, 2001, h. 4.

Ho tidak dapat diterima: apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, berarti bahwa pelayanan biro jasa tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

2. Uji F

Untuk mengetahui pelayanan biro jasa berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

Ho diterima: apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, berarti bahwa pelayanan biro jasa berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

Ho tidak dapat diterima: apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti bahwa pelayanan biro jasa tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

3.5. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Penelitian

Berdasarkan obyek penelitian dan metode penelitian yang digunakan, maka dibawah ini diungkapkan operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas atau X (*Independent Variable*)

Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah

merupakan Variabel X atau Variabel yang mempengaruhi. Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan biro jasa jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak

Untuk definisi operasional variabel dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.9
Variabel, Definisi, Indikator Dan Skala Pengukuran
Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
Pelayanan biro jasa jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak	Pelayanan biro jasa jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak adalah perbuatan dan cara melakukan perbuatan dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen	Kejujuran Keramahan Kecepatan dan ketepatan pelayanan	Diukur menggunakan angket skala likert

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel Terikat (*Dependent Variabel*) adalah merupakan variabel Y atau variabel yang terkena pengaruh, yang dimaksud variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

Untuk definisi operasional variabel dapat di lihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.10
Variabel, Definisi, Indikator Dan Skala Pengukuran
Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak	kepuasan konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak adalah penilaian positif yang diberikan konsumen terhadap jasa yang diberikan	Senang dalam mempergunakan jasa Senang terhadap pelayanan Senang terhadap kecepatan dan ketepatan pelayanan	Diukur menggunakan angket skala likert

BAB IV

**PENGARUH PELAYANAN BIRO JASA JAM'IAH ASASUL
BILAD DESA MORODEMAK BONANG DEMAK
TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN**

4.1 Karakteristik Responden

5.1.1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Frekuensi	Percent
Laki – laki	23	68%
Perempuan	11	32%
Jumlah	34	100%

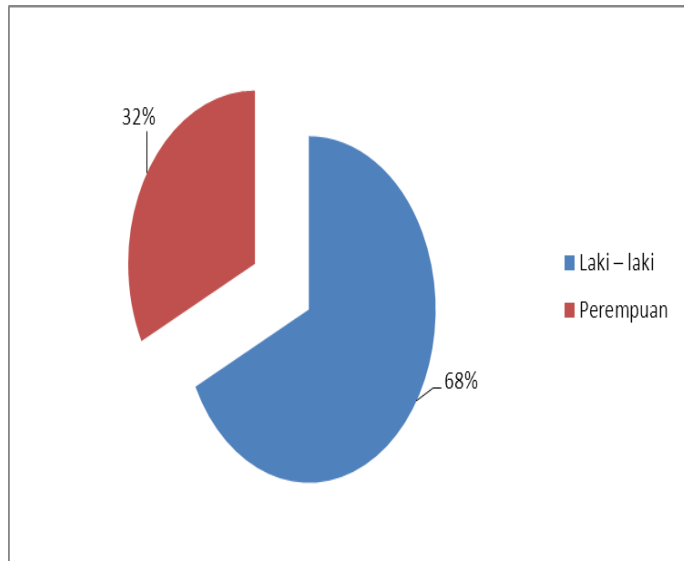
Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yaitu sebanyak 23 orang, sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 11 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa

Morodemak Bonang Demak yang diambil sebagai responden adalah laki-laki.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.1
Jenis Kelamin Responden



Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

5.1.2. Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data mengenai pendidikan responden konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Pendidikan Responden

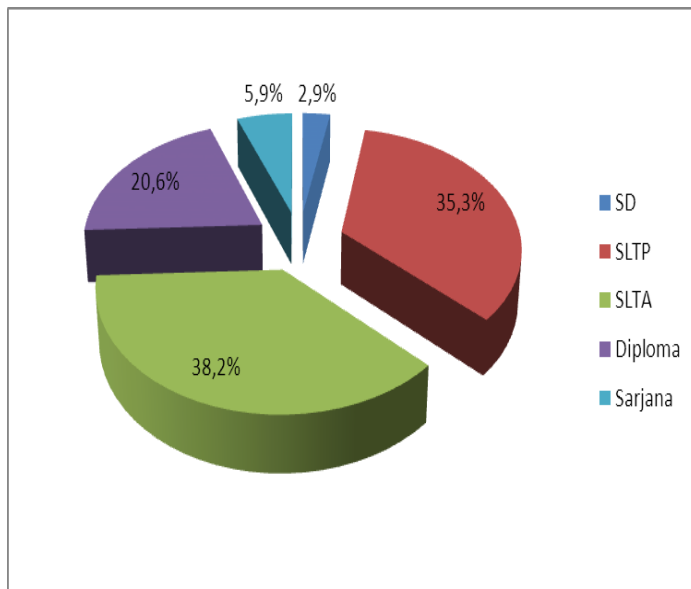
Keterangan	Frekuensi	Percent
SD	1	2,9%
SLTP	12	35,3%
SLTA	13	38,2%
Diploma	7	20,6%
Sarjana	2	5,9%
Jumlah	34	100.0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 memperlihatkan bahwa konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan SLTA. Berdasarkan tabel tersebut, responden berpendidikan SD sebanyak 1 responden atau 2,9%, SLTP sebanyak 12 responden atau 35,3%, SLTA 13 responden atau 38,2%, Diploma sebanyak 7 responden atau 20,6%, Sarjana sebanyak 2 responden atau 5,9%.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar pendidikan terakhir responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.2
Pendidikan Terakhir Responden



Sumber: Data Primer yang diolah 2014

5.1.3. Tingkat Penghasilan

Adapun data mengenai tingkat penghasilan responden konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Tingkat Penghasil Responden

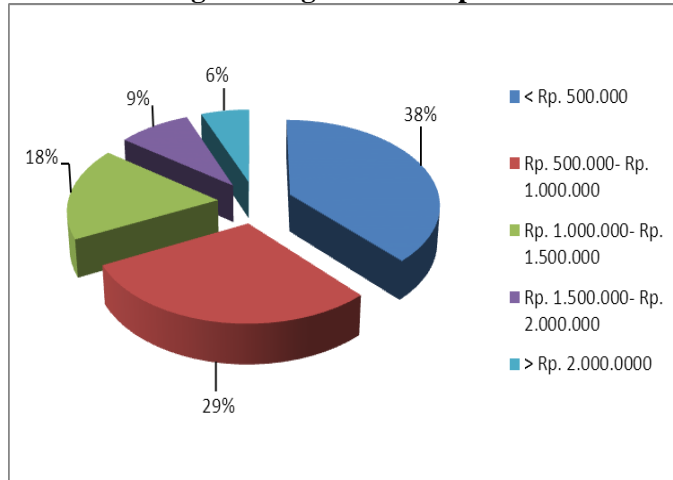
Keterangan	Frekuensi	Percent
< Rp. 500.000	13	38%
Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	10	29%
Rp. 1.000.000- Rp. 1.500.000	6	18%
Rp. 1.500.000- Rp. 2.000.000	3	9%
> Rp. 2.000.0000	2	6%
Jumlah	34	100.0%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 di atas dapat dijelaskan bahwa tingkat penghasilan konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak yang diambil sebagai responden berpenghasil < Rp.500.000 sebanyak 13 responden atau 38%, Rp. 500.000- Rp.1.000.000 sebanyak 10 responden atau 29%, Rp. 1.000.000- Rp. 1.500.000 sebanyak 6 responden atau 18%, Rp. 1.500.000- Rp. 2.000.000 sebanyak 3 responden atau 9% dan > Rp.2.000.0000 sebanyak 2 responden atau 6%.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar tingkat penghasilan responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.3
Tingkat Penghasilan Responden



Sumber: Data Primer yang diolah 2017

4.2 Uji Hipotesis

4.2.1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel pelayanan biro jasa terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak. Hasil olahan statistik yang dibantu program SPSS 17.0 for windows menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 53%, sedang yang 47% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti).

Table 4.4

Uji Pengaruh Secara Simultan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.516	7.14561

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak. Untuk itu perlu pengembangan penelitian lebih lanjut, terkait dengan topik ini.

4.2.2. Uji Persamaan Garis Regresi

Untuk menguji dari persamaan garis regresi peneliti dibantu menggunakan program SPSS versi 17, adapun hasil secara terperinci dapat dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Table 4.5
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22.476	8.015		2.804	.009
X	.646	.107	.728	6.011	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas, dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien sebesar 0.646 dengan constant sebesar 22.476 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 22.476 + 0.646 X$$

4.2.3. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pelayanan biro jasa berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

Tabel 4.6
UJI F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1844.821	1	1844.821	36.131	.000 ^b
Residual	1633.914	32	51.060		
Total	3478.735	33			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 36.131 dengan tingkat probabilitas 0.000 lebih kecil dari signifikansi 5%, Hasil tersebut menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$. Hal itu berarti bahwa hipotesis yang diajukan diterima yaitu Ada pengaruh positif dan signifikan pelayanan biro jasa terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

4.3 Pembahasan

Pengaruh variabel independen (pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan) dapat dijelaskan sebagai berikut: hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 36.131 dengan tingkat probabilitas 0.000 lebih kecil dari signifikansi 5%, Hasil tersebut menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$. Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak ($f_{hitung} > f_{tabel}$ 0.05).

Dari uraian di atas diketahui bahwa sebanyak 15.4% responden mengatakan sangat setuju terhadap pelayanan Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak, dan 28.9% responden setuju terhadap pelayanan Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak, sebanyak 38.6%, netral terhadap Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak, sebanyak 16.9% terhadap tidak setuju terhadap pelayanan jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak, dan 0.2% sangat tidak setuju terhadap pelayanan Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak s, hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata kebanyakan responden netral terhadap pelayanan Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak.

Sedangkan pada variabel kepuasan 16.16% responden mengatakan sangat setuju terhadap kepuasan Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak dan 29.1% responden setuju

terhadap kepuasan Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak, sebanyak 38.4%, netral terhadap kepuasan Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak , sebanyak 16.2% tidak setuju terhadap kepuasan Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak dan 0.2% sangat tidak setuju terhadap kepuasan Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak , hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata kebanyakan responden netral terhadap kepuasan Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak .

Hasil tersebut menunjukkan variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 53%, sedang yang 47% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti). Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Ini ditunjukkan dengan hasil yang sesuai dengan jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel pelayanan masing-masing item pertanyaan dijawab dengan mayoritas setuju dan sangat setuju. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesa yang menyatakan bahwa terdapat Ada pengaruh positif dan signifikan pelayanan biro jasa terhadap kepuasan konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak dengan ditunjukkan P value 0,009 yang lebih kecil dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya pelayanan biro jasa mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak. Hasil ini sesuai dengan pendapat Parasuraman et al., bahwa suatu perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing apabila mampu memberikan pelayanan yang bermutu dan dapat memuaskan pelanggan.⁷⁵ Schmitt telah mengeksplorasi bagaimana perusahaan-perusahaan menciptakan experiential marketing dengan mempertimbangkan lima elemen dasar yaitu rasa (*sense*), perasaan (*feel*), berpikir (*think*), bertindak (*act*), dan berhubungan (*relate*) dengan suatu perusahaan dan mereknya. Tidak seperti dalam pemasaran tradisional bahwa perusahaan dapat mendapatkan keunggulan bersaing bila mampu memuaskan pelanggan melalui pelayanan yang bermutu.⁷⁶ Dalam konsep experiential marketing, perusahaan-perusahaan harus bersaing dengan men-ciptakan pengalaman yang memuaskan, dan perusahaan harus memadukan kelima elemen dasar experiential marketing untuk mendeteksi proses pembelian oleh konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

⁷⁵ Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. "Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, 1988, 24(1): 12-40

⁷⁶ Schmitt, B.. "Experiential Marketing". *Journal of Marketing Management*, 1999, 15(3): 53-67.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: terdapat pengaruh antara pelayanan biro jasa terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 36.131 dengan tingkat probabilitas 0.000 lebih kecil dari signifikansi 5%, Hasil tersebut menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$. Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak ($f_{hitung} > f_{tabel}$ 0.05) dan ditunjukkan P value 0,009 yang lebih kecil dari signifikansi 5%. variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 53%, sedang yang 47% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti)

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pimpinan Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak

Hendaknya meningkatkan hubungan kerja yang baik dengan setiap karyawan agar nantinya Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak yang dipimpin dalam berjalan dengan baik dan menjadi biro jasa yang diminati masyarakat.

2. Bagi Karyawan

Hendaknya selalu meningkatkan profesionalitas dalam bekerja dengan meningkatkan kinerja dalam melayani masyarakat sehingga Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak mampu menjadi biro yang berkualitas dan ternama.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan bekerja.

5.3. Penutup

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat, taufiq dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis sadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan koridor ideal, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu kritik dan saran

yang membangun sangat penulis harapkan dari pembaca sebagai masukan bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini sehingga menjadi lebih sempurna dan bermanfaat. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya. *Amin.*

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2005
- Alwi, Hasan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2008
- Anoraga, Panji, *Psikologi Kerja*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- Armstrong, Philip Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 1 edisi kedelapan*, Jakarta: Erlangga, 2001
- , *Manajemen Pemasaran Jilid 1 11th ed.*, Jakarta: Erlangga, 2005
- Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, Bisnis & Birokrasi, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Volume 17, Nomor 2, Mei—Agustus 2010*
- As-San'ani, Muhammad bin Ismail al-Kahlani, *Subul as-Salam*, Kairo: Syirkah Maktabah Mustafa al-Babi al-Halabi, t.th.
- Ayu, Eka dan Edwar, Muhammad, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Travel CV. PANCA Indra Abadi Wisata Sidoaro*, Universitas Negeri Surabaya, 2010
- Azwar, Saifuddin, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002
- Bakry, Nadzar, *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1994

Basu, Swastha, dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2004

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Semarang: CV. Toha Putra, 2008

Departemen Agama RI, *Fiqh*, Jakarta: Direktorat Jenderal Pembinaan Agama, 2000

Dharmnesta, Basu Swastha, "Loyalitas Pelanggan : Sebuah Kajian Konseptual Sebagai panduan Bagi Peneliti," *Journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.14 No.3, 1990

Duffy, Dennis L, "Customer Loyalty Strategies", *Journal of Consumer Marketing*, Vol 15 No. 5, 1998, pp.

Elu, Balthasar, Manajemen Penanganan Komplain Konsumen di Industri Jasa. *Jurnal Ilmu administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi*, Vol. 13, No. 3, 2005 September.

Gerson, F Richard, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PPM, 2001

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariati dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001

Hadi, Sutrisno, *Analisis Regresi*, Yogyakarta: Andi Offset, 2001

-----, *Metodologi Research*, Jilid I, Yogyakarta: Andi Offset, 2000, h. 63

-----, *Statistik Jilid II*, Yogyakarta: Andi, 2001

Husen, Umar, "*Metode Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*", Jakarta: Gramedia, 2001

Julita, <http://www.manbisnis.tipod.com>

- Kotler, Philip Armstrong, *Manajemen Pemasaran: Marketing Management 9e Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol*, Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi, 1997
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. "Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, 1988, 24(1):
- Schmitt, B.."Experiential Marketing". *Journal of Marketing Management*, 1999, 15(3)
- Subagyo, P. Joko, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004
- Sudjana, Nana, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, Bandung: PT. Sinar Baru Algensindo, 2001
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007
- Suliyanto, *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia, 2005
- Tjiptono, Fandy, dkk, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008

ANGKET
PELAYANAN BIRO JASA JAM'IAH ASASUL BILAD
DESA MORODEMAK BONANG DEMAK

Kepada:

Bapak/Ibu/Sdr/i/Nasabah

JAM'IAH Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak

Dengan Hormat,

Saya adalah salah seorang mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang yang sedang mengadakan penelitian dalam rangka menyusun karya ilmiah (Skripsi) dengan judul **“Pengaruh Pelayanan Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak terhadap Kepuasan Konsumen”**.

Sehubungan dengan itu saya mohon dengan hormat atas kesediannya untuk mengisi angket (kuesioner) sebagaimana terlampir. Semua data tersebut hanya untuk penyusunan skripsi bukan untuk dipublikasikan atau digunakan untuk kepentingan lainnya. Peran Bapak/Ibu/Sdr/I sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang saya lakukan. Atas kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/I saya sampaikan terima kasih.

Peneliti

Ferlia Fajar Maulida
NIM. 112411039

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah nama, jenis kelamin saudara pada tempat yang telah disediakan.
2. Jawablah setiap pertanyaan yang tersedia secara jujur dan sesuai dengan keadaan diri saudara.
3. Pilih salah satu jawaban yang sesuai dengan diri saudara dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban yang tersedia.

Keterangan pilihan

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

B. IDENTITAS NAMA

Nama :

Jenis kelamin :

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	N	TS
Indikator Kejujuran Pelayanan					
1.	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menjelaskan biaya pengurusan STNK sesuai form dari kepolisian				
2.	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad memberikan kwitansi pembayaran dari kepolisian secara utuh tanpa ada mark up				
3	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menjelaskan langkah pengurusan SIM dan STNK dengan benar sesuai aturan kepolisian				
4	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad mengajak konsumen langsung untuk proses pengurusan jika ada keraguan dari konsumen				
5	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menghindari bicara membandingkan biro lain untuk berbohong biaya jasa pengurusan				
6	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul				

	Bilad meminta tambahan biaya jasa karena adanya perubahan tambahan biaya jasa dengan memperlihatkan kwitansi dari samsat karena kesepakatan awal lebih rendah				
7	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak berbohong dalam mengalokasikan dana keuntungan yayasan				
Indikator Keramahan Pelayanan					
8	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad melayani dengan murah senyum				
9	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tanggap terhadap keluhan konsumen				
10	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak pernah-marah-marah ketika melayani pelanggan				
11	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak pernah-marah-marah ketika melayani konsumen				
12	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad mengajak dialog santai				

	ketika ada konsumen yang protes				
13	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menyediakan minuman ringan ketika konsumen menunggu				
14	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak marah ketika ada konsumen yang protes				
INDIKATOR Kecepatan Pelayanan					
15	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad memberikan hasil kerja sesuai kesepakatan				
16	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad cepat merespon setiap keluhan konsumen				
17	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad langsung mengurus kesalahan kepengurusan SIM atau STNK karena kesalahan pihak Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad				
18	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak menunda-nunda pengurusan SIM atau STNK konsumen meskipun belum memberi DP				
19	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul				

	Bilad tidak menunda kepengurusan SIM atau STNK ketika konsumen banyak protes, sama seperti yang lain				
20	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menyambangi ke rumah konsumen ketika hasil pekerjaan selesai tidak hanya menunggu diambil konsumen				
INDIKATOR Ketepatan Pelayanan					
21	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad memberikan harga pelayanan sesuai tingkat ekonomi konsumen				
22	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menjelaskan sistem penyaluran keuangan kepada konsumen secara tepat sehingga konsumen ikhlas memberikan imbalan jasa				
23	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tidak mempersulit konsumen dalam pelayanan.				
24	Setiap hasil keuntungan Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad tepat sasaran dan dilihat konsumen				

25	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menjelaskan perhitungan biaya dengan tepat sehingga konsumen tidak ragu				
26	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad menghitung rincian biaya konsumen dengan tepat				
27	Staf Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad akan mengembalikan kelebihan biaya dengan tepat sesuai kesepakatan awal				

ANGKET
KEPUASAN KONSUMEN JAM'IAH ASASUL BILAD
DESA MORODEMAK BONANG DEMAK

Kepada:

Bapak/Ibu/Sdr/i/Nasabah

JAM'IAH Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak

Dengan Hormat,

Saya adalah salah seorang mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang yang sedang mengadakan penelitian dalam rangka menyusun karya ilmiah (Skripsi) dengan judul **“Pengaruh Pelayanan Biro Jasa Jam’iah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak terhadap Kepuasan Konsumen”**.

Sehubungan dengan itu saya mohon dengan hormat atas kesediannya untuk mengisi angket (kuesioner) sebagaimana terlampir. Semua data tersebut hanya untuk penyusunan skripsi bukan untuk dipublikasikan atau digunakan untuk kepentingan lainnya. Peran Bapak/Ibu/Sdr/I sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang saya lakukan. Atas kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/I saya sampaikan terima kasih.

Peneliti

C. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah nama, jenis kelamin saudara pada tempat yang telah disediakan.
2. Jawablah setiap pertanyaan yang tersedia secara jujur dan sesuai dengan keadaan diri saudara.
3. Pilih salah satu jawaban yang sesuai dengan diri saudara dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban yang tersedia.

Keterangan pilihan

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
N = Netral
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

D. IDENTITAS NAMA

Nama :
Jenis kelamin :

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	Indikator Senang Dalam Mempergunakan Jasa					
1.	Saya selalu menggunakan jasa Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad ketika memperpanjang STNK					
2.	Saya menggunakan jasa Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena memberikan kwitansi pembayaran dari kepolisian secara utuh tanpa ada mark up					
3	Saya menggunakan jasa Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena langkah pengurusan SIM dan STNK dengan benar sesuai aturan kepolisian					
4	Saya menggunakan jasa Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena sering mengajak pelanggan langsung untuk proses pengurusan jika ada					

	keraguan dari pelanggan					
5	Saya menggunakan jasa Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena pembayaran sesuai dengan nota resmi dari kepolisian dan ditambah imbalan yang sebagian disalurkan ke fakir miskin					
6	Saya selalu menggunakan jasa Biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena lebih transparan dari pada biro jasa yang lain					
7	Saya selalu menggunakan Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena transparan dalam meminta tambahan biaya jasa karena adanya perubahan tambahan biaya jasa dengan memperlihatkan kwitansi dari samsat karena kesepakatan awal lebih rendah					
8	Saya menggunakan jasa Jasa Jam'iah Asasul Bilad dalam kepengurusan STNK karena biro jasa ini tidak berbohong					

	dalam mengalokasikan dana keuntungan yayasan					
Indikator Senang Terhadap Pelayanan						
9	Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena melayani dengan murah senyum					
10	Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena mendengarkan setiap keluhan pelanggan					
11	Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena tidak menyalahkan kesalahan konsumen ketika ada persyaratan yang kurang namun langsung dibantu melengkapinya					
12	Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad Hasil karena tanggap terhadap keluhan konsumen					
13	Saya suka dengan pelayanan					

	biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena tidak pernah-marah-marah ketika melayani pelanggan					
14	Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena selalu mengajak dialog santai ketika ada pelanggan yang protes					
15	Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena menyediakan minuman ringan ketika pelanggan menunggu					
16	Saya suka dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena tidak marah ketika ada pelanggan yang protes					
INDIKATOR Senang Terhadap Kecepatan						
17	Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena memberikan hasil kerja sesuai					

	kesepakatan					
20	Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena tidak menunda-nunda pengurusan SIM atau STNK pelanggan meskipun belum memberi DP					
21	Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena mengembalikan kelebihan pembayaran pelanggan dengan cepat					
22	Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena tidak menunda kepengurusan SIM atau STNK ketika pelanggan banyak protes, sama seperti yang lain					
23	Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena menyambangi ke rumah pelanggan ketika hasil					

	pekerjaan selesai tidak hanya menunggu diambil pelanggan					
INDIKATOR Senang Terhadap Ketepatan Pelayanan						
25	Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena menjelaskan sistem penyaluran keuangan kepada pelanggan secara tepat sehingga pelanggan ikhlas memberikan imbalan jasa					
26	Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena tidak mempersulit pelanggan dalam pelayanan.					
27	Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena setiap hasil keuntungan tepat sasaran dan dilihat pelanggan					
29	Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah					

	Asasul Bilad karena menghitung rincian biaya pelanggan dengan tepat					
30	Saya senang dengan pelayanan biro Jasa Jam'iah Asasul Bilad karena akan mengembalikan kelebihan biaya dengan tepat sesuai kesepakatan awal					

[illegible]

**YAYASAN ASASUL BILAD
DESA MORODEMAK BONANG DEMAK**

Alamat: Jl. Demak-Moro Desa Morodemak RT. 001 RW. 001 Bonang Demak 59522

SURAT KETERANGAN

Nomor: 030/YAB/Md/VI/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Lengkap : Mujahidin
Jabatan : Pimpinan Yayasan Asasul Bilad
Alamat : Jl. Demak-Moro Desa Morodemak RT. 04 RW.01
Bonang Demak 59522

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Ferlia Fajar Maulida
Nomor Induk Mahasiswa : 112411039
Semester/Jurusan/Fakultas : XIII / Ekonomi Islam / Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
Angkatan Tahun : 2011/2012

Benar-banar telah melaksanakan penelitian di Yayasan Asasul Bilad Desa Morodemak RT. 001 RW. 001 Bonang Demak dengan judul : "Pengaruh Pelayanan Biro Jasa Jamiah Asasul Bilad Desa Morodemak Bonang Demak Terhadap Kepuasan Konsumen".

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Demak, 24 Juli 2018
Pimpinan Yayasan Asasul Bilad
Desa Morodemak Bonang Demak



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ferlia Fajar Maulida
NIM : 112411039
Jenis Kelamin : Perempuan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Tempat & tgl Lahir : Bojonegoro, 16 September 1993
Agama : Islam
Alamat : Jl. Ariyo Jipang Balun Srikaton Lorong 5B
No. 1 Cepu Jawa Tengah

Jenjang pendidikan :

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. SD Negeri Balun 01 | Tahun Lulus 2005 |
| 2. SMP Negeri 3 Cepu | Tahun Lulus 2008 |
| 3. SMA Negeri 2 Cepu | Tahun Lulus 2011 |

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 11 Juli 2018

Deklator



Ferlia Fajar Maulida
NIM. 112411039

